

***Cambios e innovación:
una visión estratégica para
el desarrollo***

**Tirso Javier Hernández Gracia
Adrián González Romo
Roberto Estrada Bárcenas
Heriberto Moreno Uribe**

ISBN: 978-607-8432-38-7

(COORDINADORES)

***Cambios e innovación:
una visión estratégica para el desarrollo***

Tirso Javier Hernández Gracia

Adrián González Romo

Roberto Estrada Bárcenas

Heriberto Moreno Uribe

(Coordinadores)

Denisse Luna Escamilla (Compiladora)

2015

©Universidad Autónoma de Tlaxcala
Av. Universidad No. 1, Col. La Loma Xicohtécatl, C.P. 90000
Tlaxcala, México, 2015
Primera Edición, 2015

ISBN: 978-607-8432-38-7

Título:

Cambios e innovación: una visión estratégica para el desarrollo

Las opiniones expresadas en los artículos son responsabilidad de sus autores. En la edición de esta publicación se adecuaron los documentos originales a las características editoriales de la institución, respetando la redacción de los autores.

Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio electrónico o digital, del contenido de este documento, salvo autorización expresa de la instancia titular de los derechos.

Diseño de portada: Denisse Luna Escamilla

Impreso en Tlaxcala,
Printed in Tlaxcala,

Epígrafe

Sin lugar a dudas, hoy en día en México el tema que más se discute es el de las reformas estructurales, ya que para algunos éstas llegaron en el momento justo y cuando más se necesitaban, y para otros, aún queda la incertidumbre de los beneficios reales que se espera obtener para la economía y la calidad de vida de los mexicanos. A partir de esta premisa es como se define el 2º congreso Internacional de Investigación en Ciencias Económico Administrativas, utilizando como temática principal “Cambios e innovación: una visión estratégica para el desarrollo”, generando un espacio de vinculación y cooperación para la investigación, donde se presentan avances y retos que permitan el desarrollo del sector científico y tecnológico a nivel internacional, nacional y del estado de Hidalgo, para debatir en mesas de trabajo. El Instituto de Ciencias Económico Administrativas, Campus La Concepción, de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México, celebró del 22 al 24 de octubre del 2014 dicho congreso internacional, donde se presentaron más de 120 comunicaciones de calidad a través de 6 ejes temáticos: 1) Administración e Innovación Empresarial, 2) Contabilidad y Estrategias Financieras, 3) Mercadotecnia Estratégica, 4) Reformas Estructurales y Crecimiento Económico, 5) Geopolítica del Comercio Exterior y 6) Turismo y Desarrollo. Adicionalmente se impartieron más de 10 conferencias magistrales nacionales e internacionales, logrando la participación de países como Cuba, Colombia, Venezuela, Inglaterra, Argentina y España, así como, México, representado por los Estados de Morelos, Coahuila, Guanajuato, Puebla, Tlaxcala, Estado de México y por supuesto del interior del estado de Hidalgo. El e-book que a continuación se presenta es producto de la recopilación, integración y unificación de las ponencias recibidas por parte de los profesores investigadores y alumnos que participaron, a quienes agradecemos el entusiasmo y dedicación que en esta obra se ve reflejada, esperando haya cumplido con sus expectativas.

Comité Editorial

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Humberto Augusto Veras Godoy

Rector de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Adolfo Pontigo Loyola

Secretario General

José Luis Anton de la Cocha

Coordinador de la División de Investigación y Posgrado

Jorge Augusto del Castillo Tovar

Coordinador de la División de Extensión y la Cultura

Roberto Estrada Bárcenas

Director del Instituto de Ciencias Económico Administrativas

José Ocádiz Barraza

Secretario Académico del ICEA

Elvia Sierra Vite

Subdirector Administrativo del ICEA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TLAXCALA

Ruben Reyes Cordoba

Rector de la Universidad Autónoma de Tlaxcala

Luis Armando González Placencia

Secretario Académico

Samantha Viñas Landa

Secretaria de Investigación Científica y Posgrado

Edilberto Sánchez Delgadillo.

Secretario de Extensión Universitaria y Difusión Cultural

Efraín Ortiz Linares

Secretario Administrativo

Antonio Durante Murillo

Secretario Técnico

Ernesto Meza Sierra

Secretario de Autorrealización.

Enrique Vázquez Fernandez

Coordinador de la División de Ciencias Sociales y Administrativas

Gloria Ramírez Elias

Directora por ministerio de ley de la FCEA.

COMITÉ ORGANIZADOR

COORDINADORES

Hernández Gracia Tirso Javier
Coordinador General

González Romo Adrián
Coordinador Académico

Hurtado Piña Jorge
Coordinador de Difusión

Moreno Uribe Heriberto
Coordinador Institucional

Parra Escorza Rolando
Coordinador Financiero

Ruiz Vargas Emilio
Coordinador de Logística

Testón Franco Nancy
Coordinador de Eventos Culturales

COLABORADORES

Corichi García Alejandra

Cruz Cruz Mario

Cruz Segura Jesús

Alcántara Hernández Ruth Josefina

Briones Juárez Abraham

Figueroa Velázquez Juan Gabriel

García Velázquez Ma. Del Rosario

González Cano Margarita

Hernández González José Antonio

Hernández Ortiz Iván

Hernández Veleros Zeus Salvador

Hidalgo Gallardo Ruth Leticia

Mendoza Moheno Jessica

Onofre Sánchez Jair Emmanuel

Polo Jiménez Sergio Demetrio

Sánchez Torres Yolanda

Sierra Vite Elvia

Terrones Cordero Aníbal

Vargas Sánchez Juan Roberto

Vega Barrios Alejandra

COMITÉ ORGANIZADOR

Dr. Enrique Vázquez Fernández *Universidad Autónoma de Tlaxcala*

Dr. Ernesto Meza Sierra *Universidad Autónoma de Tlaxcala*

Dra. Gloria Ramírez Elias *Universidad Autónoma de Tlaxcala*

Mtra. Maria Guadalupe Cruz García *Universidad Autónoma de Tlaxcala*

DICTAMINADORES DE PONENCIAS ÁREA ACADÉMICA ADMINISTRACIÓN

INTERNOS

Jessica Mendoza Moheno
Martín Aubert Hernández Calzada
Tirso Javier Hernández Gracia
Adriana Luz María Montiel Ávila
Ma. Del Rosario García Velázquez
Gerarda Yolanda Hernández Callejas
Lucía Teresa Soberanes Rivas
Ventura Germán Sánchez Monjaraz
Alejandra Corichi García
Blanca Josefina García Hernández
Blanca Cecilia Salazar Hernández
Dolores Margarita Navarrete Zorrilla
Dolores Martínez García
Eleazar Villegas González

EXTERNOS

Tomás González Cruz *Universidad de Valencia*
Sonia Cruz Ros *Universidad de Valencia*
Francisco Jesús Ferreiro Seoane *Universidad de Santiago de Compostela*
Mireya Palavecinos Tapia *Universidad de la Frontera*
Carlos Eloy Diez *Universidad del Valle de Atemajac*
Francisco Ernesto Navarrete Báez *Universidad del Valle de Atemajac*
Laura Garza González *Universidad de Aguascalientes*
Jorge Eduardo Macías Luévano *Universidad de Aguascalientes*
Laura Romo Rojas *Universidad de Aguascalientes*
Florina Guadalupe Arredondo Trapero *Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey*
Virginia Guadalupe López Torres *Universidad Autónoma de Baja California*
José Luis Rodríguez Tepezano *Universidad Nacional Autónoma de México*
Rodrigo Sandoval Almazán *Universidad Autónoma del Estado de México*
Victor Helios Feria Patiño *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*
Ezequiel Ramírez Lira *Centro Universitario del Sur-Universidad*

	<i>de Guadalajara</i>
María Elena Camarena	<i>Universidad Nacional Autónoma de México</i>
Antonio Oswaldo Ortega Reyes	<i>Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo</i>
Ermelinda Mendoza de Ferrer	<i>Universidad de Carabobo</i>
Saúl Juárez Hernández	<i>Universidad Autónoma de Tlaxcala</i>
José Luis Moreno Rivera	<i>Universidad Autónoma de Tlaxcala</i>
María Encarnación Cano	<i>Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla</i>
Abigaín Erubé Montes Austria	<i>Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo</i>
Cuauhtémoc Crisanto Campos Rangel	<i>Universidad Autónoma de Tlaxcala</i>
Susana Sarmiento Paredes	<i>Universidad Autónoma de Tlaxcala</i>
Jaime Garnica González	<i>Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo</i>
Elba Mariana Pedraza Amador	<i>Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo</i>
Kenya García Cruz	<i>Universidad Nacional Autónoma de México</i>
Laura P. Peñalva Rosales	<i>Universidad Autónoma Metropolitana</i>
Juan Luis Reyes	<i>Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo</i>
Raúl Arturo Alvarado	<i>Universidad Nacional Autónoma de México</i>
Tania Celina Cibrián Llanderal	<i>Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.</i>
Isabel Muñoz Montero	<i>Universidad Autónoma de Tlaxcala</i>
Ignacio Alejandro Mendoza Martínez	<i>Universidad Nacional Autónoma de México</i>
Beatriz Pico González	<i>Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla</i>
Sara Josefa Ortiz Cantú	<i>Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente</i>
Herman Frank Littlewood Zimmerman	<i>Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey</i>

DICTAMINADORES DE PONENCIAS ÁREA ACADÉMICA ECONOMÍA

INTERNOS

Gaona Rivera Elías

González Gómez Diana Xóchitl

Hernández Veleros Zeus Salvador

Rodríguez Juárez Eduardo

Vargas Sánchez Juan Roberto

Vázquez Rojas Angélica María

Velázquez Orihuela Daniel

EXTERNOS

Franco Gaona Arturo *Colegio de postgraduados Campus Puebla*

León Andrade Marilú *Universidad de Guanajuato*

Ortega Hernández Alejandro *Universidad de Guanajuato*

Ramírez Valverde Benito *Colegio de postgraduados Campus Puebla*

DICTAMINADORES DE PONENCIAS ÁREA ACADÉMICA COMERCIO EXTERIOR

INTERNOS

Ata Ximello Luis Enrique
Briones Juárez Abraham
Cano Estrada Edith Araceli
Cruz Coria Erika
Espino Manzano Salvador
González Espinoza Carolina
Hurtado Piña Jorge
Llaca Castelán Carlos
Martínez Ramos Arcelia
Martínez Ramos Carla
Onofre Sánchez Jair
Ramos Sánchez Pedro Alfonso
Terrazas Juárez Angélica Ruth
Vega Lugo Noemí

EXTERNOS

Bojorquez Vargas Alma Rafaela	<i>Universidad Autónoma del Estado de México</i>
Chaisatit Nuchnudee	<i>Universidad Autónoma del Estado de México</i>
Coria Páez Ana Lilia	<i>Instituto Politécnico Nacional- Escuela Superior de Economía</i>
Juárez Sánchez Pedro	<i>Colegio de Posgraduados Campus Puebla</i>
Pérez Ramírez Carlos Alberto	<i>Universidad Autónoma del Estado de México</i>
Pérez Serrano Adriana Montserrat	<i>Colegio de Posgraduados Campus Puebla</i>
Tomás Kerstupp Filardo Santiago Ricardo	<i>Instituto de Ciencias Básicas e Ingeniería - UAEH</i>
Vargas Hernández Miguel Ángel	<i>Instituto Politécnico Nacional - Turismo</i>

DICTAMINADORES DE PONENCIAS ÁREA ACADÉMICA MERCADOTECNIA

INTERNOS

Alcántara Hernández Ruth Josefina

Cerón Islas Arlén

Cerón Islas Heidy

Figueroa Velázquez Juan Gabriel

Goytortua Coyoli Consuelo

Hernández Ortiz Iván

Muñoz Bautista Eduardo

Ramírez Ortega Joel

DICTAMINADORES DE PONENCIAS ÁREA ACADÉMICA CONTADURIA

INTERNOS

González Cano Margarita

Hernández González José Antonio

Hidalgo Gallardo Ruth Leticia

Jiménez Alvarado Martha

Mendoza Austria Flor De María

Moreno Uribe Pilar Heriberto

Polo Jiménez Sergio Demetrio

EXTERNOS

Castro López Virginia	<i>Facultad de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma de Tlaxcala</i>
Paredes Cuahquentzi Marcelo	<i>Facultad de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma de Tlaxcala</i>
Sánchez Trujillo Magda Gabriela	<i>Escuela Superior de Tepeji del Río de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo</i>

COLABORADORES

- Cruz García Guadalupe** *Universidad Autónoma de Tlaxcala*
- Cruz Ramírez Dorie** *Escuela Superior de Ciudad Sahagún*
- Feria Patiño Víctor Helios** *Escuela Superior de Tizayuca*
- Guadarrama Zamora Raúl** *Instituto Tecnológico de Estudios Superiores
Monterrey Campus Hidalgo*
- Hernández Valencia Renata** *Consejo de Ciencia Tecnología e Innovación
del Estado de Hidalgo*
- Mondragón Medina Daniel Abraham** *Escuela Superior de Zimapán*
- Pereira Fausto Graciela** *Escuela Superior de Atotonilco de Tula*
- Pérez Castañeda SulySendy** *Escuela Superior de Ciudad Sahagún*
- Ramírez Valverde Benito** *Colegio de Posgraduados Campus Puebla*
- Sánchez Muñoz Gregorio** *Universidad La Salle Pachuca*
- Sarmiento Vargas Ignacio** *Escuela Superior de Huejutla*
- Serrano Álvarez Pablo** *Colegio del Estado de Hidalgo*
- Serrano González José Luis** *Instituto Tecnológico de Pachuca*

CONTENIDO

CAPÍTULO I Administración e Innovación Empresarial

Estrategia y comportamiento organizacional	30
Modelo de negocios con perspectiva de género para incubar empresas en el campo (agro-negocios)	31
José Genaro Almazán Campos José Luis Serrano González	
La relación del liderazgo y clima organizacional en una mediana empresa industrial hidalguense	52
Krystal Isaura Butrón De la Vega	
El liderazgo ¿solo para hombres?	
Fernando Castillo Gallegos Sonia Guadalupe Reyes Vázquez	79
La capacidad dinámica de marketing como factor de competitividad en las medianas empresas de la industria manufacturera del estado de Hidalgo.	102
Claudia Ceron Mata	
Diferencias de rendimiento según el género en la enseñanza secundaria obligatoria (eso) en Galicia (España) analizadas a través del premio extraordinario de la ESO	120
Francisco Jesús Ferreiro Seoane Daniel Álvarez Rojo	
Diagnóstico de los estilos de liderazgo de los mandos medios y directivos de una empresa de fabricación de envases de plástico y su relación con las variables de resultado	143
Yessica García Hernández Dra. Isabel Mendoza Saldivar	
Análisis del <i>Mobbing</i> dentro de la empresa Servi Pavos de México, S.A. de C.V. Estudio de caso	
Omar García Jiménez José Ramón García	170
La Organización Liviana como estrategia de competitividad para las Pequeñas y Medianas Empresas.	195
Gerarda Yolanda Hernández Callejas. Adriana Luz María Montiel Ávila	

Factores internos y externos asociados a la competitividad y éxito empresarial Martín Aubert Hernández Calzada Jessica Mendoza Moheno	214
Enfoque alternativo para la administración del personal: talento humano. José Francisco Hernández Gracia Juan Alberto Carranza Sevilla	235
Prácticas de liderazgo en personal de enfermería de un hospital de salud pública Tirso Javier Hernández Gracia Ventura Germán Sánchez Monjaraz	264
Desarrollo organizacional y tecnoformación en instituciones de educación superior colombianas Margel Parra Sonia Duran.	287
El impacto de la satisfacción laboral en el comportamiento organizacional: caso hospital de Pachuca, Hidalgo. Un primer acercamiento. María Dolores Martínez García María Isabel Rivera López	315
Diferencias sociodemográficas en la percepción de la cultura organizacional Jessica Mendoza Moheno Martín Aubert Hernández Calzada	338
Protocolo de investigación: “Medición del nivel general de satisfacción de la calidad de los servicios proporcionados a los pacientes y/o usuarios por los hospitales PyMES del Estado de Puebla” Concepción E. Muñoz Tagle Silvestre Fernández Ruiz	363
El gobierno corporativo y la sucesión: dilemas en una empresa familiar Efraín Olvera Elizalde Martín Aubert Hernández Calzada	384
Órganos de gobierno en la empresa familiar en Hidalgo, un estudio de caso en la industria alimentaria Angélica María Rivera León Martin Aubert Hernández Calzada	405
Engagement en el talento humano de docentes investigadores de una institución de educación superior. Leonardo Rivera Oropeza	430

La cultura organizacional y su impacto en la competitividad de una fábrica de envases de plástico	450
Sergio Serafín Ruiz Cortés Yessica García Hernández	
Comportamiento de las Empresas Familiares Dedicadas a la Actividad Hotelera. Estudio de Caso.	478
Magda Gabriela Sánchez Trujillo Ma. de Lourdes García Vargas	
Planeación estratégica aplicada a las microempresas tecnológicas.	502
Heber Tamayo Cruz José Aurelio Cruz	
Resultados preliminares del diagnóstico del conocimiento actual de las empresas de la región centro y suroeste del estado de Hidalgo con respecto al tema de desarrollo sustentable	539
Miguel Ángel Vázquez Alamilla Raúl Rodríguez Moreno	
Gestión del capital humano y del conocimiento	563
Las habilidades directivas base generadora de competitividad empresarial	564
Heidy Cerón Islas	
Factores psicosociales del trabajo que son identificados como riesgo a la salud. Un estudio en una mediana empresa de elaboración de calzado.	585
Alejandra Corichi García Dolores Margarita Navarrete Zorrilla	
Emprendedores potenciales entre los estudiantes del Centro Universitario UAEM Zumpango	621
Laura Angélica Décaro Santiago Jorge Eduardo Zarur Cortés	
Análisis preliminar de los procesos de cooperación científica en 4 Unidades de Investigación de la UAEH.	640
Víctor Helios Feria Patiño, Nancy Ruiz Vega	
La formación profesional basada en competencias un reto aún pendiente en el desarrollo económico.	666
Fernando J. García Colina Cuauhtémoc Crisanto Campos Rangel	

La cultura organizacional como referente de éxito de empresas de servicios: Instituciones de Educación Superior públicas de Pachuca	686
Ma. del Rosario García Velázquez Tirso Javier Hernández Gracia	
Retornos a la educación de los economistas colombianos Análisis desde la perspectiva del capital humano (2009 -2012)	713
Gómez Rodríguez D.H.	
Diversidad cultural para promover el desarrollo de habilidades sociales en educación superior	743
Sonia Duran. Margel Parra.	
Modelo de Planeación Estratégica Personal aplicado en organizaciones educativas.	764
Adriana Luz María Montiel Ávila Gerarda Yolanda Hernández Callejas	
Business model canvas	790
Ignacio Sarmiento Vargas (a) Ana Lilia García Calva (b)	
Clima Laboral en micro empresas del Municipio de Puebla	800
Amado Torralba Flores Alfredo Pérez Paredes	
Innovación Empresarial	823
Uso de sistemas de información y su influencia en la competitividad de la pyme hidalguense	824
Mireya Clavel Maqueda Eduardo Cornejo Velázquez	
Análisis de los premios al rendimiento académico de la eso en centros públicos y privados	848
Francisco Jesús Ferreiro Seoane Daniel Álvarez Rojo	
Un Primer Análisis de la Innovación Tecnológica en México: ¿No hay Impacto del Capital Humano?	877
Eduardo M. Moctezuma-Navarro Maximiliano Gracia-Hernández	
Factores generadores de competitividad en organizaciones hidalguenses, caso industria textil y del vestido	897
Dolores Margarita Navarrete Zorrilla Ma. del Rosario García Velázquez	

Prototipo para la elaboración de ladrillo ecológico en Zapotlán de Juárez Hgo. Emmanuel Pineda López	920
La innovación como parte estratégica en las organizaciones Lucía Teresa Soberanes Rivas. Flor de María Mendoza Austria	938
Cambio tecnológico y habilidades TIC en México: un análisis del mercado laboral y los hogares Aldo Josafat Torres García Gustavo Feliz Verduzco	953
Vigilancia Tecnológica (VT) como estrategia para la detección de ecoinnovaciones en los establecimientos de hospedaje Judith Alejandra Velázquez Castro Elva Esther Vargas Martínez	977
Análisis de patentes para identificar oportunidades para la ecoinnovación del sector turístico de Huatulco, México Judith Alejandra Velázquez Castro Juan Manuel Montes Hincapié	995

CAPÍTULO II

Reformas estructurales y crecimiento económico

Crecimiento económico: cambios y estrategias	1022
Papel del progreso tecnológico y del cambio estructural en el desarrollo económico de México y América latina René Caballero Hernández Elba Mariana Pedraza Amador	1023
El papel de la educación en el crecimiento económico. Un análisis del sector educativo como empleador de los profesionistas Diana Xóchitl González Gómez Angélica María Vázquez Rojas	1057
Reservas internacionales en México y su relación con el tipo de cambio, el índice nacional de precios al consumidor, la tasa de impuesto sobre la renta, el impuesto al valor agregado y la inversión extranjera directa. Pronósticos del 2014 al 2018. Juan Antonio González Sierra Blanca Josefina García Hernández	1083

Cambio estructural y crecimiento económico en la economía mexicana José Luis Hernández Mota	1131
Principales variables explicativas del crecimiento económico en América latina durante 1990-2010 María Isabel Osorio Caballero	1156
Homogenización del trabajo en la teoría de la inexistencia del mercado de trabajo Juan Roberto Vargas Sánchez Aníbal Terrones Cordero	1190
La economía del estado de hidalgo y el origen de sus regiones hasta 1930 Edgar Iván Roldán Cruz	1203
Desigualdad, pobreza y políticas públicas	1248
Pobreza y Desigualdad en México Ramiro Cadena Uribe	1249
Empresarialidad rural para el Progreso Social: El caso del municipio de Huehuetla Hidalgo María de la Encarnación Cano Basave Benito Ramírez-Valverde	1276
Formas de pago y condiciones laborales en las minas de real del monte en los siglos XVIII Y XIX Elías Gaona Rivera Eduardo Rodríguez Juárez	1293
Impacto de la alfabetización y los créditos para vivienda en la pobreza de los municipios hidalguenses en el 2010 Marian Arely Hernández Cervantes	1321
Pobreza, desigualdad y gobernanza en México José Luis Hernández Mota	1342
Organización y funcionamiento del consejo nacional de bioética de Colombia, CNB, desde la visión global Víctor Santiago Márceles Guerrero	1362
La inclusión financiera en las regiones migratorias de hidalgo César Pérez Marcial	1387
Empleo precario y migración internacional en México: 1995-2013 Eduardo Rodríguez Juárez Elías Gaona Rivera	1415

Diseño de estrategias representativas para el desarrollo secto-regional en Acaxochitlán, hidalgo
Aníbal Terrones Cordero **1445**
Yolanda Sánchez Torres

Un análisis de la población ocupada en el sector educativo mexicano entre 2005 y 2010
Angélica María Vázquez Rojas **1463**
Diana Xóchitl González Gómez

CAPÍTULO III **Geopolítica del Comercio Exterior**

Geopolítica y reconfiguración territorial **1505**

Migración y Remesas: Un Análisis Nacional y su Impacto en el Crecimiento y Desarrollo Económico del Estado de Hidalgo **1506**
Homero Carrizo Nieto

El transporte ferroviario en hidalgo, una opción de desarrollo industrial y ente logístico de la zona centro del país **1528**
Celia Beatriz Chávez Rojo
Adrián González Romo

Las instituciones de educación superior como eje de articulación del conocimiento en micro, pequeña y mediana empresa en el contexto de la alianza del pacífico **1549**
Jairo Contreras Capella
Yanyñ Rincón Quintero

La gobernanza ante el nuevo orden capitalista mundial **1575**
Cuahutli Alberto Cruz Belmont
Agustín Raymundo Vázquez García

Comercio digitalizado y la ventanilla digital mexicana de comercio exterior para el 2014 **1600**
Angélica Gómez Yáñez

Modernización de las Aduanas en México, los Nuevos Trámites Aduaneros **1625**
Martínez León Stephany
Ulises Pérez Vázquez

Sistemas regionales de innovación participativos (sríp): una propuesta metodológica para la determinación del potencial exportador en el estado de hidalgo 1648
Yolanda Sánchez Torres
Liliana de Jesús Benavente

Evaluación del TLCAN a 20 años de su implementación 1666

Experiencias exitosas de la exportación de tomate a partir de la apertura del TLCAN 1667
Dulce María Castro Reyes
Adrián González Romo

Impacto económico y ambiental de la liberación de los transgénicos en México: el caso del maíz 1687
Edgar Jair Chávez Morales
Mario Cruz Cruz

El TLCAN y su impacto en la inversión extranjera directa: un análisis para el periodo 1990-2012 1705
Danae Duana Avila
Alberto Flavio Balderas

Sobre los orígenes y razones del TLCAN: evaluación y actualidad 1733
Jesús Gallegos Olvera

Un análisis del crecimiento del comercio exterior en México, mediante el tratado de libre comercio con América del norte (TLCAN) beneficio en hidalgo 1742
García González Cleotilde
Vite Gómez Edgar Esaúl

El sector agropecuario mexicano frente al TLCAN: un balance de su contribución 1764
Adrián González Romo
Patricia Hernández

Análisis de la industria automotriz mexicana a partir del tratado de libre comercio de américa del norte 1787
Carolina Ruiz Pérez
María Fernanda Guevara Ortiz

Sello de comercio justo, ingrediente de éxito en la exportación de café orgánico mexicano 1809
Carolina Sánchez Téllez
Adrián González Romo

Análisis de la importancia de artesanías en Chililico, Hidalgo
Esthefani Tapia Corrales
Adrián González Romo 1836

Análisis del mercado de exportación, de prendas de vestir de mezclilla, hacia el mercado del TLCAN
Elsa Elideth Vázquez Paz
Yolanda Sánchez Torres 1864

La Seguridad Nacional y el Comercio Ilícito 1889

Mercados ilegales y "captura" del estado mexicano
Mario Cruz Cruz
María Soledad Espinoza Lozano 1890

Planes de asistencia militar México-Estados Unidos
Jonathan Agustín González Torres 1907

La delincuencia organizada, análisis desde la Teoría de la Anomia: el caso de Michoacán
Edgar Eduardo Palomo Zamora 1920

Tráfico de armas y crimen organizado: amenazas a la seguridad nacional
Erick Jhonathan Saldaña Chávez 1940

**CAPÍTULO IV
Turismo y Desarrollo**

Gestión de los recursos gastronómicos 1982

Efecto de la cocción al vapor sobre los nutrimentos de la trucha de huasca de Ocampo en el estado de Hidalgo, México.
Edith Araceli Cano Estrada
Jair Emmanuel Onofre Sánchez 1983

Determinación y comparación del aporte nutrimental de un pan tipo pambazo adicionado con puré de papa blanca "*solanumtuberosum*" y puré de papa roja "*oxalis tuberosa*" mediante técnicas bromatológicas"
Denis de Jesús Dimas López
Aracely Irais Cruz López 2001

Propuesta para la aplicación de pulpa de opuntias en técnicas gastronómicas de repostería con impacto económico con enfoque basado en la demanda Jair Emmanuel Onofre Sánchez Danaé Duana Ávila	2023
Sistemas regionales de innovación como catalizador para el desarrollo del turismo gastronómico en Ixmiquilpan –cardonal, estado de Hidalgo México. Pedro Alfonso Ramos Sánchez. Abraham Briones Juárez	2052
Alternativa de la utilización de la tuna cardona en la elaboración de relleno para chocolates y su comercialización temprana Santiago Ricardo Tomás Kerstupp Sánchez, Víctor Jesús Ávila	2080
Desarrollo organizacional en el turismo	2104
Diagnóstico Sistémico de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Monterrey Octavio Dalí Castillo Colunga 1 Ricardo Tejeida Padilla 2	2105
El cuadro de mando integral (cmi): una herramienta metodológica para la evaluación del programa “pueblos mágicos”. (2012-2015) Carlos Llaca Castelán	2120
Implementación de procedimientos administrativos, contables y fiscales para el control de las operaciones en las unidades productivas de la huasteca hidalguense. Juan miguel López Carrillo Jesús Albino Bautista	2155
Capital humano y capital social como factores de viabilidad en empresas de turismo rural de la sierra nororiental del estado de Puebla Adriana M. Pérez Serrano J. Pedro Juárez Sánchez	2169
Hacia un modelo sistémico de negocios para pymes organizadoras profesionales de congresos y eventos empresariales en México Ana Gabriela Ramírez Gutiérrez Ricardo Tejeida Padilla	2190
Trabajo Decente: El rol del aumento de empleo a nivel local en el Municipio de Mineral del Monte Angélica Ruth Terrazas Juárez. Erika Cruz Coria.	2220

- Análisis de las Tradiciones que Vinculan desde el Punto de Vista Religioso a la Comunidad de Amaque, Estado de Hidalgo y la República de Cuba. Perspectivas Turísticas** 2255
Ernesto Bolaños Rodríguez
Aurora Pérez Rojas
- Acercamiento al estudio de la gestión ambiental en el valle turístico de llano grande, hidalgo bajo la perspectiva de la sistémica** 2269
Carla Martínez Ramos
Abraham Briones Juárez
- La artesanía y el comercio justo: un acercamiento a las implicaciones sociales en la etapa de la producción** 2295
Cruz Coria Erika
Arias Martínez Janeth
- Turismo rural comunitario: Visión y desarrollo local, desde la comunalidad y la economía social** 2320
Cristina Flores Amador
Lilia Zizumbo-Villarrea
- El aprovechamiento del patrimonio cultural de los municipios de Apan, Almoloya, y Tepeapulco para impulsar el turismo alternativo en la Región del Altiplano.** 2341
Carolina González Espinoza
Noemi Vega Lugo
- El Modelo Social: Innovación en el Turismo para el Nicho de las Personas con Discapacidad.** 2356
Matamoros Hernández Edmundo Omar
María Magdalena Maldonado Avalos
- El consumo turístico como agente de cambio en la producción artesanal: el caso de Metepec, Estado de México.** 2375
Wendy Nallely Osorio Hernández
- En busca de un modelo sistémico de inserción del turismo urbano a la ciudad digital, inteligente y del conocimiento de la ciudad de México** 2396
Leticia Elizabeth Romero-García
Oswaldo Morales-Matamoros
- Difusión del ex-convento de san francisco de asis de la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo, México** 2421
Nancy Testón Franco
Amanda Rivera Escamilla

CAPÍTULO V

Mercadotecnia Estratégica	2444
Nuevas tendencias de mercado y uso de tecnologías, en la gestión de categorías en establecimientos de retail Richard Orlando Buitrago Reyes	2445
Personalidad de la marca universitaria – Estudio empírico Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH) Juan Gabriel Figueroa Velázquez Arlen Cerón Islas	2484
Análisis de los valores que tienen influencia en el comportamiento de los estudiantes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, con relación al consumo de bebidas embriagantes. Consuelo Goytortua Coyoli Iván Hernández Ortiz	2501
Valor de marca. El caso de la telefonía celular en Pachuca, Hidalgo. Iván Hernández Ortiz Arlen Cerón Islas	2519
El Turismo Gerontológico como una oportunidad de mercado Jorge Hurtado Piña Noemi Vega Lugo	2531
Creación de un modelo para la elaboración de la imagen corporativa de las MPyMES, del Estado de Hidalgo. María Herminia Laura Jiménez Guadarrama	2548
El conocimiento en los hábitos de compra pueden darle ventaja competitiva a las tienditas de la esquina a través de la innovación Patricia López Juárez Ivonne López Hernández	2570
Acciones de las empresas manufactureras exportadoras regionales, hacia el marketing ecológico. Eduardo Muñoz Bautista Sofía Emilia López García	2599
Planeación estratégica para la implementación de Comercio Electrónico como herramienta mercadológica para la pequeña y mediana empresa, comercial y de servicios, en el municipio de Pachuca, Hgo.” Theira Irasema Samperio Monroy Sandra Luz Hernández Mendoza	2627

Percepción de marcas y etnocentrismo en la compra de Jean y Playeras en el segmento de estudiantes universitarios 2653
Juana Ma. Saucedo Soto
Alicia Hernández Bonilla

Redes Sociales como herramienta de Influencia en el Comportamiento del Consumidor. 2681
Alejandra Vega Barrios
Ruth Josefina Alcántara Hernández

CAPÍTULO VI Área temática Contabilidad y Estrategias Financieras

Capital intelectual y gobierno corporativo 2692

La valuación del capital intelectual en el sector industrial de empresas mexicanas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores BMV 2693
Eleazar Villegas González Blanca
Cecilia Salazar Hernández

La tendencia del Desarrollo Científico en México refleja la competitividad del Capital Intelectual: Un análisis descriptivo. 2728
Ruth Leticia Hidalgo Gallardo
Martha Jiménez Alvarado

Definiciones en la organización de la función de investigación en una institución de educación superior. El caso del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la UAEH, 2750
Martha Jiménez Alvarado
Ruth Leticia Hidalgo Gallardo

La Educación Financiera utilizada como factor de competitividad aplicada al capital humano” 2773
Flor de María Mendoza Austria
Margarita González Cano

Cumplimiento Del Código De Mejores Prácticas Corporativas De Empresas Del Servicios Y Bienes De Consumo No Básicos Que Cotizan En La Bolsa Mexicana De Valores (2010-2012) 2788
Sergio Demetrio Polo Jiménez
Erika Selene Vargas Moreno

Hacienda Pública y Finanzas 2812

La Auditoría Factor de Cambio Para Lograr Una Organización Saludable 2813
Luz María Godínez Mendoza

Las ventajas del arrendamiento para la Pyme. Margarita González Cano Flor de María Mendoza Austria	2839
Crecimiento y riesgo operativo en microempresas manufactureras desde la perspectiva de la gestión de riesgos empresariales. Alonso López Aguilar Dorie Cruz Ramírez	2861
Recomendaciones preventivas en la atención de un proceso de fiscalización directa instruido por parte de la SHCP, a pequeñas y medianas empresas Heriberto Moreno Uribe Miguel Ángel Ruiz Rangel	2883
Riesgos financieros y crecimiento en microempresas manufactureras hidalguenses María Isabel Quiroz Hernández Suly Sendy Pérez Castañeda	2913

Capítulo I

Administración e Innovación Empresarial

Estrategia y comportamiento organizacional

Modelo de negocios con perspectiva de género para incubar empresas en el campo (agro-negocios)

José Genaro Almazán Campos

Departamento de Ciencias Económico Administrativas, Instituto Tecnológico de Pachuca

José Luis Serrano González

Departamento de Ciencias Económico Administrativas, Instituto Tecnológico de Pachuca

Resumen

En la actualidad los agro-negocios se refieren a un sistema de negocios integrados que incluye todas las actividades dentro y fuera de la unidad de producción, requeridas para lograr abastecer sostenible y competitivamente a la población con alimentos de origen del campo (agrícolas o pecuarios). Este concepto de agro-negocios es incluyente y no se representa exclusivamente a la —gran agricultura empresarial—. Por el contrario, comprende a todas las unidades de producción e intenta reconocer la importante contribución que los agricultores de pequeña escala tienen en la provisión de alimentos. También es conveniente considerar que en el desarrollo agrícola existe gran disparidad entre los países y dentro de ellos. Mientras algunos se sitúan entre los más avanzados en términos de su desarrollo agropecuario y son importantes actores en el mercado mundial de alimentos, otros son importadores netos de estos y algunos muestran los más bajos niveles de desarrollo. Por lo tanto, las tendencias (Conveniencia, Preocupación por la salud, Productos especializados o diferenciados, La necesidad de lograr una mayor inclusión social, La protección del ambiente, Una nueva forma de considerar a los mercados, La importancia de vincular a los pequeños productores-campesinos a las cadenas de valor, El surgimiento de nuevos modelos de negocios, El resurgimiento de la discusión sobre abastecimiento local vs abastecimiento mundial, La inocuidad como eje central para la competitividad y

sustentabilidad, El regreso a la producción de cultivos tradicionales. etc.) Afectarán de forma diferenciada, más aun si se considera que no existe solo —un tipo de agro-negocios, sino que, por el contrario, son múltiples con una amplia trama de relaciones entre actores. (Information Resources INC., 2008, Consumer Report Watch, 2008). Con base en estas complejidades, se espera que la propuesta plasmada en este documento sea de apoyo para guiar, de manera prospectiva, la creación de nuevas alternativas para un desarrollo más incluyente, sustentable y competitivo en toda la extensión de estos conceptos en los municipios y comunidades. Por lo anteriormente expuesto la presente investigación tiene por objeto desarrollar un modelo de negocios con perspectiva de género para incubar empresas en el campo (Agro-negocios) para generar fuentes de empleo y de ingreso permanentes en la comunidad, mejorando así la economía familiar.

Palabras clave: Sustentabilidad, modelo, Agro-negocios.

Introducción

El desarrollo en las comunidades y municipios en el estado de Hidalgo además de la mejora en sus condiciones de infraestructura básica comunitaria requiere de la generación de proyectos productivos que conformen un —Modelo de negocios con perspectiva de género para incubar empresas en el campo (Agro-negocios)l.

Con enfoques y principios propios, acordes con la cultura y lógica económica, así como de su racionalidad social y ambiental. Este artículo presenta las experiencias que en un proceso de planeación participativa, se obtuvo, en comunidades y municipios del estado de Hidalgo.



Ilustración 1

Este tema es relevante, en principio porque este grupo de actores (comunidades y municipios véase Ilustración 1) contribuye con cantidades sustanciales de alimentos en la producción de alimentos. Normalmente estos segmentos productivos han sido excluidos de las ventajas que ofrece el mundo actual y se han convertido en un núcleo de alta vulnerabilidad e inestabilidad política y social. La inserción de los productores de pequeña y mediana escala a los mercados locales, que requerirá de la acción conjunta de los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil.

La incorporación de los productores de pequeña escala a los mercados también requiere de una activa participación del sector privado, quien tiene la importante función de crear y poner en marcha ideas y negocios que sean comercialmente viables y que ayuden a generar empleo, reducir la pobreza y contribuir a la seguridad alimentaria. Asimismo, este sector privado continuará siendo la fuerza motriz de la innovación y la inversión, y facilitará la vinculación de los pequeños productores con las iniciativas empresariales competitivas y sostenibles. (Véase Ilustración 2)

(Enciclopedia de Hidalgo 2010).



Ilustración 2

El objeto de esta investigación es potencializar los recursos con que cuentan los pequeños productores mediante un —Modelo de negocios con perspectiva de género para incubar empresas en el campo (Agro-negocios)‖ y de esta manera generar fuentes permanentes de ingresos y empleos en comunidades y municipios del estado de Hidalgo.

En esta investigación se cuenta con un trabajo desarrollado en el Municipio de Zapotlán de Juárez Hidalgo donde se pretende instalar una granja comunitaria cunicola, y en comunidades aledañas, a continuación se presenta la Tabla 1 con información estadística:

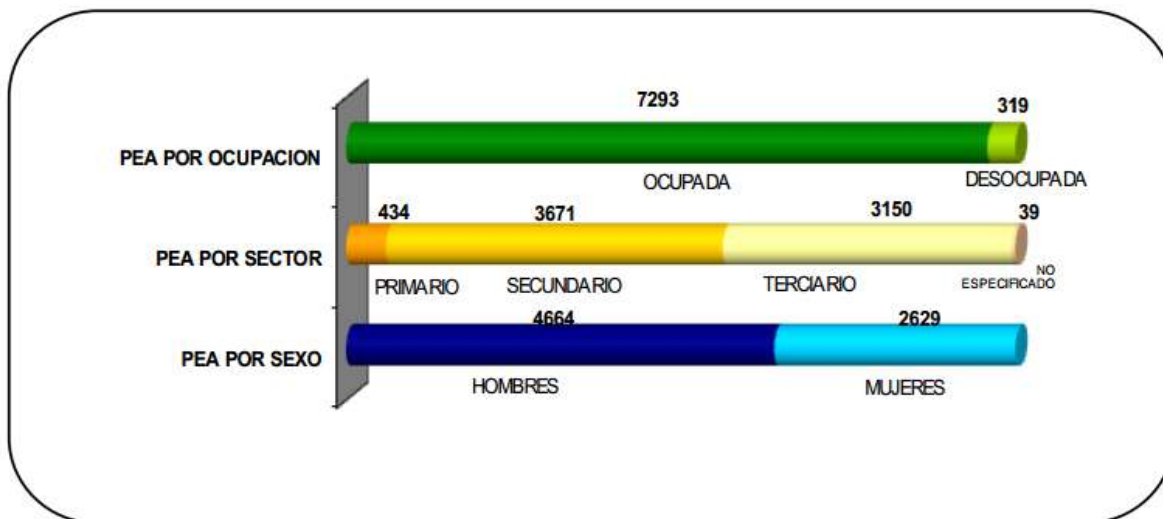
Tabla 1

Zapotlán de Juárez		
Concepto	Población	%
Población de 12 años y más:	13,784	100.0
Población Económicamente Activa	7 612	55.2
PEA Ocupada	7 293	95.8
PEA Hombres	4 664	64.0
PEA Mujeres	2 629	36.0
PEA Desocupada	319	4.2
Población Económicamente Inactiva	6 100	44.3
No Especificada	72	0.5

Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010

La Tabla 1 muestra que existe en el municipio un 55.2 % de población que no cuenta con una fuente permanente de empleo.

Tabla 2



Es importante precisar en esta investigación como lo muestra la Tabla 3 que el sector menos utilizado es el campo. La escasa producción que se da en el campo no es suficiente para cubrir con los requerimientos básicos de alimentación en las familias de la comunidad como lo muestra la siguiente Tabla 3.

Tabla 3

Producción Agrícola				
Producto	Sup. Sembrada Has.	Sup. Cosechada Has.	Volumen (tons)	Valor miles \$
Regional	6 496	6 154	NA	36 804
Maiz grano	262	262	380	1 189
Frijol	6	6	6	57
Cebada grano	5 584	5 276	9 497	29 915
Avena forrajera	600	600	7 800	3 900
Maguey pulquero	44	10	830 a/	1 743

Esta información presenta una importante área de oportunidad para desarrollar negocios en el campo y de esta manera reducir los niveles de población económicamente inactiva.

Antecedentes

Para referirse a los Agro-negocios es necesario identificar aquellos mecanismos que generan este concepto, iniciando con el análisis de la —Revolución Verdel. Termino desarrollado en América Latina, por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), quienes lo vinculaban con el estudio de opciones de producción alimentaria basados en la situación de carencias e insatisfacciones del contexto global.

Así, la “*Revolución Verde*” se desarrolló por *Antonio Pasquali*, con el libro —*Los traficantes de granos*», así también por *Dan Morgan (1982)*, *John Bellamy Foster (1998)* y el capítulo de *Bárbara Duden* sobre Población en el “*Diccionario del Desarrollo*” de *Wolfgang Sachs (1996)*, quienes en el marco de la escasez y la incapacidad productiva e institucional de los países de América Latina, trataron de reconocer términos que ayudaran a explicar el proceso comercializador y de consumo en los países altamente productores y demandantes de granos.

No obstante lo anterior, ofrecer un panorama sobre la evolución de la —Revolución Verdel para productos primarios en una economía y llevarlo al análisis de precios, ha agudizado la creciente subdivisión de actividades agropecuarias. Requiriendo ser comprendido desde diferentes ópticas y apreciaciones. Pues los productores de mayor escala de algunos productos agropecuarios, produjeron más a menor precio y los de menor capacidad

productiva obtuvieron niveles de especialización productiva aceptable para el mantenimiento de su fuerza laboral.

Un ejemplo de lo anterior, fue lo ocurrido en Colombia en la década de los 90's, donde —el 60% de los cafetaleros tienen menos de 1 hectárea (ha), y responden por el 16.8% del área cafetalera total. Si se agregan los cafetaleros que poseen cafetales con tamaños inferiores o iguales a 5 has, los resultados son aún más impactantes, representan el 95% del total de los productores, es decir, 536, 446 con un área de 540,221 has. En café (62.2% del área total) y por lo tanto en promedio (Fonseca, 1998:79).

De forma comparativa, en México la cantidad de has. Sembradas de café como cultivo perenne muestra resultados distintos a Colombia. De acuerdo con la SAGAR (1998) el Consejo Mexicano del Café, había registrado que a partir de los años setentas, el gobierno mexicano inició un proceso de promoción del cultivo en grandes extensiones de las zonas montañosas del sureste del país, dando como resultado a finales de los 90's, que el 82% de la superficie sembrada de café estaba en terrenos menores de 5 hectáreas y un 69% en terrenos menores de 2 hectáreas; contra un 18% en manos de minilatifundios concentrados y reconocidos en el sureste mexicano, especialmente en Chiapas. Y para 2008, el nivel de has. Sembradas de café tan solo representaron las 812 mil has sembradas, es decir el 3.4% de la superficie cosechada, distribuidas en un 68% los terrenos menores a 2 has. Contra un 18% en manos de minilatifundios.

No obstante, el valor del producto en el contexto de las exportaciones ha variado. En la década de los 80's, el valor promedio de la producción de café fue de 4.0%, mientras en los 90's, este fue de 5.5%, para el año 2008 este fue de 1.8% y en el 2011, fue del 4%. Esto se

explica por la disminución de producción, reconversión productiva y crecimiento de los mercados que exigen más producto. En suma, la caficultura en México permite expresar dos concepciones diferentes. Por un lado, la mayor parte de la producción está basada en los pequeños productores, y son quienes participan con la mayor parte de lo producido. Y por el otro, dado el alto valor de la producción está orientado a un mercado que propone al pequeño productor, una fuente de crecimiento de la caficultura en consecuencia. (SAGAR, 1998).

Lo anterior, da origen a lo que Briz (2002) conoce como “*proceso inverso de concentración*” como un modelo a seguir en la producción agropecuaria, donde se pueden superar altos costos sociales, como son la expulsión de productores de las zonas agropecuarias. Y al mismo tiempo, asegurar la posibilidad de ocurrencia a lo que se reconoce como comercio justo.

En este sentido, estudios realizados a fines de los años 80’s y principios de los 90’s demostrados por Cetrángolo y otros (1988), señalan que una de las alternativas que exploraron los productores primarios -a fin de superar la escasa oportunidad de comercio-, fue la de transitar por el camino de integración vertical autónoma, por medio del desarrollo, procesamiento y comercialización de productos con valor agregado, iniciados en los productores, seguido por los procesadores y terminando en el que se encarga de distribuirlo, pero respetando la influencia de cada agente económico sobre otro.

No obstante, el panorama anterior, implicó la profundización de este tema, a los estudios sobre la cadena agroalimentaria, procesos y modalidades de la agroindustria. Y permitió y

definió la hipótesis, de que la coordinación de la cadena agroalimentaria, significa un incremento en la competitividad del sistema y un beneficio para el que la coordina (Cetrángolo, 1999). En este caso, el Estado como ente regulador es el encargado del desarrollo y gestión de procesos a favor del trabajo de las cadenas incorporadas.

Por tanto, el beneficio de las actividades de la producción agraria, no necesariamente están determinados por las utilidades obtenidas por las fuerzas productivas. Sino por aquellas que benefician directamente el valor de los productos y sobre las cuales, el Estado mexicano ha mantenido como ejes rectores, a las disposiciones jurídicas vigentes. Logrando de esta forma, fortalecer el desarrollo de actividades agropecuarias, encadenamientos productivos— cadenas de valor- y el apoyo gubernamental a favor de los productores agropecuarios. A continuación, se presenta un esbozo de la vida institucional y el esfuerzo del Estado mexicano por contribuir al desarrollo el campo en México.

Planteamiento del problema

Actualmente en el estado de Hidalgo la producción y el uso del suelo en comunidades rurales es escaso los pequeños productores carecen de apoyos, asesoría técnica y capacitación en el campo para generar fuentes de empleo y de ingresos permanentes, acotando su producción agrícola y pecuaria para el autoconsumo, esta problemática genera que la población económicamente activa se desplace a la capital del estado, a otros estados y a los Estados Unidos en busca de fuentes de empleo dejando en el total abandono a sus comunidades y municipios de origen propiciando con esto una desintegración familiar.

Por otra parte se va perdiendo identidad en las comunidades por la influencia que hay a través de los medios de comunicación por otros satisfactores (uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, campañas de mercadotecnia para crear nuevas necesidades y una marcada influencia hacia el consumismo).

A continuación se presenta información del mercado laboral en el estado

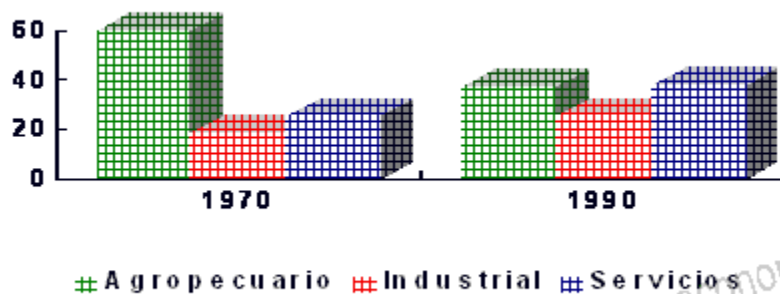
Los movimientos migratorios de la población están asociados a la demanda de fuerza de trabajo por los mercados y al exceso de oferta sobre los mismos, lo cual genera desempleo y baja el nivel de los salarios. En el caso de Hidalgo, el análisis del número de ocupados en cada sector de su economía durante las dos últimas décadas, permite ver la evolución de los mercados de trabajo ligada a tres factores:

- La creación de nuevas industrias, como producto de la descentralización de la industria de la ciudad de México.
- Al desarrollo de los servicios producto del proceso de urbanización del sur del estado.
- A la baja rentabilidad de la producción agropecuaria y la caída de los precios de los productos primarios en los mercados.

La Grafica 5 muestra como de 1970 a 1990 el sector agropecuario ha dejado de ser la principal fuente generadora de empleo en el Estado, al pasar de 60% del total de la población ocupada en 1970 a solo el 37% en 1990; en tanto que los sectores industrial y de los servicios han mostrado una mejoría considerable al avanzar del 18% a 25% el primero y

el segundo, del 25% al 38% del total de la población ocupada durante el mismo período; mostrando esto un movimiento intersectorial de la fuerza de trabajo en el Estado.

Grafica 5. Hidalgo: generado por sector (%)



Fuente: Dirección de Educación Superior, IHEMSYS, Hidalgo. En base a datos tomados de los censos del INEGI.

A pesar del crecimiento del empleo en la industria y en los servicios, no se puede obviar la existencia de una corriente emigratoria por falta de oportunidades de empleo y de condiciones que permitan mejorar el nivel de vida de los hidalguenses.

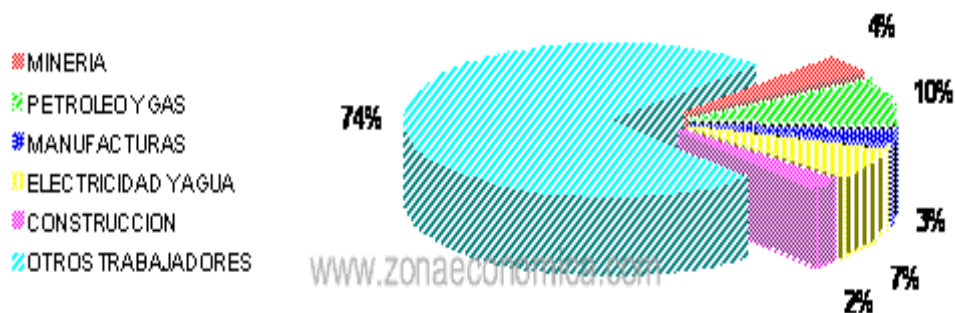
La lógica de impulsar el desarrollo del Estado a partir de la creación de —parques industriales‖ en los setentas, como el complejo industrial ciudad Sahagún, el complejo lechero de Tizayuca, la construcción de la refinería, la termoeléctrica y la planta petroquímica en Tula, lejos de convertirse en fuentes generadoras de empleo para asimilar la mano de obra excedentaria de Hidalgo, generó nuevos problemas al estimular la inmigración e incrementar la presión sobre la demanda de bienes públicos colectivos.

Las nuevas empresas creadas, intensivas en capital, demandaban mano de obra altamente calificada, de tal forma que las obras fueron realizadas por constructoras que requirieron trabajadores especializados del exterior del Estado.

A pesar de éste hecho, cifras de INEGI señalan que en 1990 el porcentaje de técnicos y profesionales que trabajaban en todos los sectores de la economía de Hidalgo era apenas del 3.7%, sin considerar a los trabajadores del arte, de la educación, a los funcionarios y directivos; tomando en cuenta a éstos solo se llegó en ese año al 9.6%. Esto indica que la economía hidalguense se basa en lo fundamental, en el empleo extensivo de mano de obra sin o con escasa calificación, como puede verse en la gráfica 6 para el sector industrial, donde solo un cuarto de la fuerza de trabajo empleada son técnicos y profesionales.

En 1985 el 4% de la población de Hidalgo había emigrado hacia otro estado y el 1% hacia otro país; cinco años más tarde el 27.6% de su población había abandonado la entidad, mientras que su economía solo mostraba capacidad para absorber al 39.3% de la población en edad de trabajar.

Grafica 6. Hidalgo: Técnicos y profesionales empleados en la industria (% de total de trabajadores)



Fuente: Dirección de Educación Superior, IHEMSYS, Hidalgo. En base a datos del Anuario Estadístico del Estado de Hidalgo 1995

Con la presente investigación se pretende dar respuesta a la siguiente pregunta:

Un Modelo de negocios con perspectiva de género para incubar empresas en el campo (Agro-negocios) generara fuentes permanentes de ingresos y empleos en comunidades y municipios del estado de Hidalgo?

Objetivo

Desarrollar un modelo de negocios con perspectiva de género para incubar empresas en el campo (Agro-negocios) en el municipio de Zapotlán de Juárez Hidalgo y comunidades aledañas generando fuentes de ingreso y empleo permanentes.

Metodología

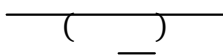
Tipo, nivel y diseño

La presente investigación es inductiva y observacional.

Población y muestra

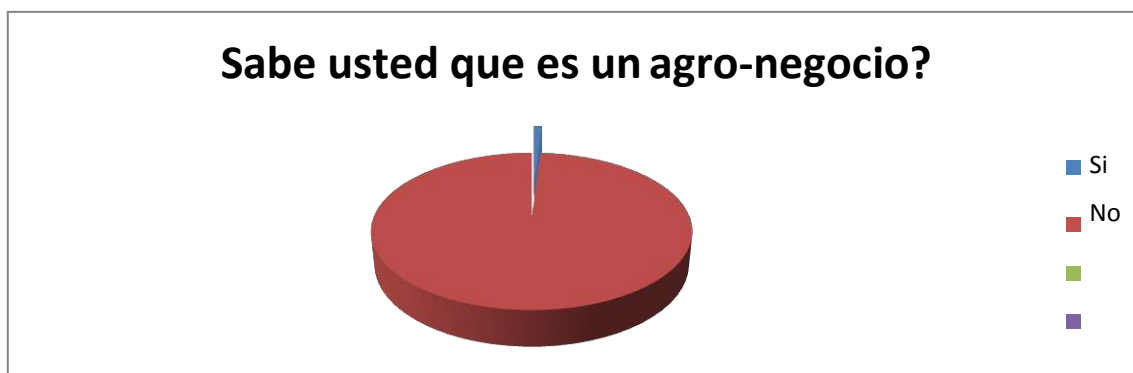
La población total está compuesta por 7612, población económicamente activa en el Municipio de Zapotlán de Juárez Hidalgo de los cuales se obtuvo una muestra representativa de 938 pequeños productores (Hombres y mujeres) que accedieron participar respondiendo las encuestas.

Tamaño de la muestra



Los instrumentos que se utilizaron para recabar información fueron observaciones y encuestas arrojando la siguiente información:

El Objetivo de la presente encuesta es tener una apreciación a priori que permitirá averiguar la factibilidad para desarrollar un —modelo de negocios con perspectiva de género para incubar empresas en el campo (Agro-negocios) en la Comunidad de Zapotlán de Juárez Hidalgo integrando esta información a una base de datos para sistematizarla.

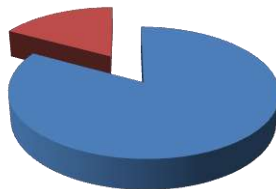


Le gustaria recibir capacitacion y asistencia tecnica para incubar un agro-negocio?



■ SI
■ NO

Le gustaria desarrollar en su comunidad un agro-negocio?



■ SI
■ NO

Sabia usted que hay programas de gobierno federal para incubar agro-negocios?



■ NO
■ SI

Información proporcionada por la comunidad

Instrumentos de medición

Fueron las encuestas y posteriormente se sistematizaron en las gráficas anteriores.

Diagrama de actividades:



Resultados

Resultados preliminares

El modelo de negocios presentado se registra en programas de gobierno federal, Secretaria de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano (SEDATU) Para su financiamiento.

En el municipio de Zapotlán de Juárez Hidalgo un 44.8 % de población no cuenta con una fuente permanente de empleo.

PEA Hombres 64%

PEA Mujeres 36%

La escasa producción que se da en el Municipio no es suficiente para cubrir con los requerimientos básicos de alimentación en las familias.

El sector productivo menos utilizado es el campo.

Conclusiones

Luego de la revisión de las ideas expuestas en esta investigación se concluye:

El desarrollo de los agro-negocios es un proceso multifactorial que requiere del cumplimiento.

Condiciones jurídicas, económicas, sociales y culturales siguientes:

Reconocimiento, respeto y plena vigencia de los derechos humanos a pequeños productores.

Propiciar el desarrollo integral con identidad, basado en la autogestión.

Desarrollo de proyectos productivos (agrícolas y pecuarios) respetando una cultura de emprendurismo.

Desarrollo de agro-negocios sustentados en la cooperación, colaboración, solidaridad social, ayuda mutua e integralidad de necesidades y recursos.

Desarrollo de actividades económicas, con innovación y pleno respeto al medio natural y social.

Promoción de agro-negocios integrales que propicien el desarrollo local y regional contando con la corresponsabilidad social.

Los —agro-negocios‖ muestra la importancia de la —agrícola‖ como motor del desarrollo sistémico de la economía comunitaria.

El mundo de los —agro-negocios‖ está regido por —tendencias‖ de las que no se puede escapar:

a) Una serie de —variables‖ que marcan su dinámica: la transformación muy significativa en el consumo de productos de la agricultura, el proceso de organización rápido y los ingresos que se distancian entre los que pueden y no pueden tenerlo.

- b) Una —mayor y más diversificada demanda‖ por productos de la agricultura, donde el mercado pide cosas más distintas y la rotación de productos es muy rápida.
- c) "Mayor preferencia por los alimentos funcionales‖, es decir, de víveres listos para consumir; atracción por la envoltura, el empaque, la publicidad, etc.
- d) Al —mercado global‖, en cuanto macro-tendencias, le interesan: los productos diferenciados por trazabilidad, denominaciones de origen, indicaciones geográficas protegidas, sellos de calidad, etiquetas ecológicas, agricultura orgánica, etc. e identifica nichos de mercado de dichas producciones.
- e) La —polarización entre la gente pobre y la que no lo es‖, se ha convertido en uno de los ejes de la discusión sobre agro-negocios a nivel mundial.

Referencias bibliográficas

Enrique. *Contabilidad Agraria Ballestero*, Editorial MP.1996

Reyes Maya Oscar Iván, Zavala Álvarez José. *La estructura del ingreso y su distribución en los hogares rurales de México, un estudio de caso, Cuetzalan del Progreso Puebla*, (2012) 2002-2009.

Evaluación de inversiones: Un enfoque privado y social, León Carlos.

Enciclopedia de Hidalgo 2010.

Information Resources INC., 2008, Consumer Report Watch, 2008.

—Los costes de la crisis y alternativas en construcción. *En: XIII Jornadas de Economía crítica*, Sevilla España, febrero de 2012. Págs.: 1034-1056.

Equipo Técnico Multidisciplinario (ETM). —Perspectivas de los agro-negocios en el desarrollo indígena: caso Querétaro, internacional del trabajo. San José de Costa Rica.

Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018. México, Poder Ejecutivo Federal.

Revista Mexicana de Agro-negocios, 2013 XVII (32) Sexta Época. Año XVII. Volumen 32. Enero-junio del 2013.

Toma de decisiones para negocios. Casos prácticos. Vol. 2. USAT.2006, Amorós. Díaz Y León.

Hernández Trujillo José Manuel y Callejas Salinas Edmar. —Visión retrospectiva del Campo mexicano, en: Revista el Cotidiano No. 63, México, julio –agosto de 2009. Págs.: 63-75.

Páginas web

CEPAL (CEPAL (2011) http://websie.eclac.cl/anuario_estadistico/anuario_2011/esp/content_es.asp Consultado el 10 de abril de 2012.

Financiera Rural (2012) <http://www.financierarural.gob.mx/informacionsectorrural/Maiz/Ma%C3%ADz/maiz96-12.pdf> Consultado el 21 de marzo de 2012.

INEGI(2012)http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/aeum/2010/Aeum10_1.pdf Consultado el 15 de abril de 2012.

Anexos

INDICADOR	PONDERADOR	UNIDAD DE MEDIDA	NIVELES DE RESPUESTA	PUNTAJE
1. Grado de marginación de la localidad donde se ejecutará el proyecto según CONAPO	0.05	Grado de marginación	Alto y Muy Alto	100
			Medio	75
			Bajo	50
			Muy Bajo	25
2. Sistema Nacional Contra el Hambre, "Sin Hambre"	0.05	Municipio(s) incluido(s)	SI	100
			NO	0

INDICADOR	PONDERADOR	UNIDAD DE MEDIDA	NIVELES DE RESPUESTA	PUNTAJE
3. Estrategia Nacional para el Desarrollo del Sur - Sureste	0.05	Estado (s) incluido(s)	SI	100
			NO	0
4. Declaratoria de Zonas Prioritarias	0.05	Localidad(es) incluida(s)	SI	100
			NO	0
5. Inclusión	0.10	No. de Productores Beneficiados directamente	Más de 100	100
			De 50 a 100	50
			Menos de 50	25
6. Equidad de género	0.05	Integrado mayoritariamente por mujeres	Más mujeres que hombres	100
			Menos mujeres que hombres	0
7. Inclusión de jóvenes, personas con discapacidad y/o víctimas de la violencia	0.05	El proyecto está integrado por jóvenes, personas con discapacidad y/o víctimas de la violencia	SI	100
			NO	0
8. Número de empleos esperados	0.05	Número de empleos	Más de 20	100
			16 a 20	80
			11 a 15	60
			6 a 10	40
			1 a 5	20
0 o no especificado	0			
9. Ficha técnica del análisis, diagnóstico, estudio, publicación, sistema de información o investigación objeto de la solicitud;	0.45	Porcentaje de cumplimiento	Presenta ficha técnica con todos los requisitos	100

INDICADOR	PONDERADOR	UNIDAD DE MEDIDA	NIVELES DE RESPUESTA	PUNTAJE
conforme a lo establecido en la Convocatoria.			Presenta ficha técnica incompleta o no presenta ficha técnica.	0
10. Para el caso en el que la solicitud del productor sea presentada en conjunto con una institución académica y/o de investigación de cobertura nacional o internacional, se deberá presentar la propuesta técnica y económica de dicha institución para realizar el análisis, diagnóstico, estudio, publicación, sistemas de información o investigación, objeto de la Convocatoria.	0.10	Porcentaje de cumplimiento	Presenta propuesta económica de institución académica o de investigación de cobertura nacional o internacional	100
			No presenta propuesta económica de institución académica o de investigación de cobertura nacional o internacional	0
11. Para el caso en el que la solicitud sea presentada por el(los) productor(es) de manera individual, deberá(n) presentar tres propuestas técnicas y económicas de instituciones académicas o de investigación de cobertura nacional o internacional que podría realizar el análisis, diagnóstico, estudio, publicación, sistemas de información o investigación, objeto de la Convocatoria.	0.10	Porcentaje de cumplimiento	Presenta 3 o más propuestas técnicas y económicas de instituciones académicas o de investigación de cobertura nacional o internacional	100
			Presenta 1 o 2 propuestas técnicas y económicas de instituciones académicas o de investigación de cobertura nacional o internacional	50
			No presenta propuesta técnica y económica de instituciones académicas o de investigación de cobertura nacional o internacional	0

La relación del liderazgo y clima organizacional en una mediana empresa industrial hidalguense

Krystal Isaura Butrón De la Vega

Departamento de Ciencias Económico Administrativas, Instituto Tecnológico de Pachuca

Resumen

En los últimos años se han llevado a cabo variedad de investigaciones para estudiar el liderazgo y clima organizacional, mismas que en su mayoría únicamente se han realizado en grandes organizaciones, debido a esto, los temas han adquirido gran auge en especial a nivel de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs). El estudio que se presenta se llevó a cabo en una mediana empresa hidalguense de la industria del calzado, la cual sostiene problemas de comunicación entre sus miembros, para lo cual se aplicó el IMCOL (Instrumento de Medición de Clima Organizacional y Liderazgo),(Mellado, 2004). La población estuvo compuesta por 68 empleados, de los cuales 62 son subordinados y 6 directivos, todos ellos pertenecientes al área de producción. Los resultados obtenidos muestran una tendencia relacionada con la existencia de una calidad de clima —regularl para toda el área y un tipo de liderazgo —autócrata consultadorl y —administrador de consensosl para personal subordinado y directivo respectivamente dentro de la empresa hidalguense.

Palabras clave: Liderazgo, Clima organizacional y Comunicación.

Introducción

Las principales necesidades de las PyMEs, entendidas como las carencias o debilidades de la empresa que le impiden incursionar, mantenerse y crecer en un mercado globalizado, están relacionadas con capacidades de gestión, actitudes del empresario, conocimiento de información relevante, con el entorno, con la toma de decisiones y con su estructura y *proceso interno*, de esta última surge la necesidad de conocer el ambiente de trabajo que se establece en dichas empresas y su organización, así como que es lo que motiva a sus empleados a dar lo mejor de sí en la realización de sus actividades, ya que gran parte de la vida de los individuos se desarrolla en la misma, y este ambiente laboral entendido como clima organizacional, influirá en la forma en que el trabajador perciba su trabajo, su satisfacción, rendimiento o productividad.

No obstante, garantizar los beneficios y lograr que los trabajadores cumplan con un alto desempeño organizacional corresponde a sus dirigentes o ejecutivos, quienes deben poseer rasgos importantes de liderazgo, principalmente en las pequeñas y medianas empresas, donde la gestión es muy rudimentaria y el tipo de liderazgo es informal, ya que los gerentes o líderes mexicanos tienen un alto grado sobre la distancia del poder, así como también tienden a tener mayor énfasis en el éxito material (Hofstede, 1984, citado por Robles, 2008). Además los estilos de dirección asumen gran importancia cuando se relacionan con el clima organizacional debido a que estas organizaciones desean contar con un líder que guíe a su personal hacia la misión, visión y objetivos creando así un ambiente que satisfaga y logre el beneficio de ambas partes con un tipo de liderazgo adecuado.

El estudio del liderazgo y clima organizacional permite a una organización, identificar y analizar mediante la aplicación de encuestas a titulares de área y subordinados, una visión eficaz, rápida y fiel de las percepciones que estos tienen. Para una organización es de suma importancia que sus trabajadores se encuentren en óptimas condiciones para realizar sus labores, ya que esto repercute directamente en los resultados finales de la empresa (Hernández, García y Navarrete, 2013).

La presente investigación trata de explicar la relación existente entre ambas variables desde una perspectiva comunicacional, dentro de una mediana empresa de la industria del calzado ubicada en el estado de Hidalgo para poder dar alternativas o soluciones que permitan reorientar las habilidades directivas y propiciar un clima organizacional estable y benéfico.

Marco Teórico

Liderazgo

El concepto de liderazgo tiene diferentes significados de acuerdo a la referencia que exista en alguna teoría en particular o de algún autor en específico, por lo tanto —*existen tantas definiciones de liderazgo como personas que han tratado de definir el concepto* (Stogdill, 1974:259, citado por Yukl, 2008) Algunas de estas definiciones son:

El liderazgo es un intento de influencia interpersonal, dirigido a través del proceso de comunicación, al logro de una o varias metas (Chiavenato, 2004, citado por Hernández y Navarrete, 2012). Visto desde otro punto de vista, el liderazgo es el proceso de influencia

entre líderes y seguidores para lograr los objetivos organizacionales por medio del cambio (Lussier y Achua, 2010:6).

Evolución teórica del liderazgo

Existen diferentes teorías o enfoques del liderazgo que se han descubierto, desarrollado y usado. Las primeras teorías formales o *teorías de los rasgos* están divididas en dos periodos, el periodo del gran hombre y el periodo de las cualidades (Hernández y Navarrete, 2012). En el primero los estudios se centraron en los grandes hombres que formaban parte de la historia mundial y se estipulaba que aquel que copiara su personalidad podría convertirse en un buen líder, sin embargo esta afirmación suele resultar equivocada y surge el segundo periodo que considero el desarrollo de cualidades que fortalecerían el desempeño del liderazgo.

Con el paso del tiempo se desarrollaron las llamadas —*teorías conductuales o de comportamiento*—, mismas que se establecieron en oposición a las teorías de los rasgos y están basadas en estudiar la conducta o comportamiento que presentan los líderes efectivos e inefectivos. En estas teorías se identificaron tres periodos: el periodo temprano del comportamiento que consistía en una extensión del periodo de las cualidades a diferencia de que en lugar de estudiar cualidades personales, el énfasis fue puesto en las cualidades de comportamiento (Hernández y Navarrete, 2012). El periodo tardío del comportamiento adaptó las teorías anteriores a la aplicación gerencial, argumentando que los líderes proveen las condiciones para el comportamiento de los subordinados, pero no lo causan directamente. Por último el periodo operante es el que considera al líder como un gestor de

reforzamientos, determinando que el comportamiento de los subordinados es reforzado por un apropiado comportamiento del líder.

Más adelante surgieron las —*teorías de contingencial*‖, donde se reconoció que el liderazgo no estaba fundamentado en ninguna de las formas discutidas previamente, si no que contenía elementos de cada una de ellas. En esencia, el liderazgo efectivo era contingente o dependiente de uno o más de los factores de comportamiento, personalidad, influencia y situación (Hernández y Navarrete, 2012).

Del mismo modo surgen las “*teorías transaccionales*”, las cuales sugirieron que el liderazgo resida también en la diferenciación de roles y la interacción social. En estas teorías se distinguen dos periodos: el periodo del intercambio en donde se reconoció la existencia de procesos de influencia recíproca entre el líder y los subordinados (Hernández y Navarrete, 2012), y el periodo de desarrollo de roles, que estudio la forma en que líderes y subordinados desarrollaban sus roles a través del tiempo.

Durante muchos años las investigaciones contemplaron enfoques centrados en características de personalidad, tipos de comportamiento, aspectos situacionales y de contingencias, entre otros, para dar paso a los últimos enfoques sobre liderazgo los cuales enfatizan en la transformación de los individuos y las organizaciones, obteniendo así las —*teorías transformacionales*‖, las cuales se basan en la motivación intrínseca. Se identifican dos periodos, el primero de ellos es el carismático, donde el líder debe ser visionario y estar siempre preparado para trabajar de manera colectiva. El segundo periodo es el de la profecía autorrealizada, el cual está basado sobre la idea de que el factor clave para el éxito

de este tipo de liderazgo es construir expectativas positivas (Hernández y Navarrete, 2012). Estas últimas teorías representan la más prometedora fase del desarrollo evolutivo del liderazgo.

Clima Organizacional

El concepto de Clima Organizacional se ha desarrollado recientemente, pues fue introducido por primera vez en psicología industrial/organizacional por Gellerman en 1960.

Algunas definiciones relevantes son las siguientes:

“Los efectos subjetivos, percibidos del sistema formal, el —estilo informal de los administradores y de otros factores ambientales importantes sobre las actitudes, creencias, valores y motivación de las personas que trabajan en una organización dada.” (Litwin y Stringer, 1968, citados por Salldoval, 2004).

El clima de trabajo constituye de hecho la personalidad de una organización, en el sentido de que éste está formado por una multitud de dimensiones que componen su configuración global (Brunet, 2005).

Teoría del clima organizacional de Likert

La teoría del clima organizacional (Likert, 1974, citado por Brunet, 2005), o también llamada de los sistemas de organización, es una de las teorías organizacionales más completas debido a su explicación, ya que permite visualizar en términos de causa y efecto la naturaleza de los climas que se estudian así como permite analizar el papel de las

variables que integran el clima que se observa. De acuerdo a esta teoría existen tres tipos de variables que son las que determinan las características propias de una organización:

- Variables causales: son variables totalmente independientes que tienen como objetivo determinar el sentido en que una organización evoluciona, así como también los resultados que obtiene.
- Variables intermediarias: son las variables constituyentes de los procesos organizacionales de una empresa, ya que reflejan el estado interno y la salud de la misma.
- Variables Finales: son variables dependientes que resultan del efecto conjunto de las dos precedentes, su función es reflejar los resultados obtenidos por la organización, y constituyen la eficacia organizacional de la misma.

Teoría de los sistemas

Como se mencionó en la teoría del clima organizacional de Likert, existen tres variables (causales, intermediarias y finales), mismas que permiten determinar dos grandes tipos de clima organizacional, o de sistemas: clima de tipo autoritario y clima de tipo participativo (Brunet, 2005), cada uno de ellos con dos subdivisiones. Las características de estos climas se describen en la siguiente tabla 1:

Tabla 1. Tipos de clima organizacional

CLIMA TIPO AUTORITARIO		CLIMA PARTICIPATIVO		TIPO
CLIMA CERRADO		CLIMA ABIERTO		
Autoritarismo	Autoritarismo	Consultivo	Participación	

	explotador	paternalista		en grupo
Tipo de mando	La dirección no le tiene confianza a sus empleados	La confianza es condescendiente en sus empleados	La dirección tiene confianza en sus empleados	La dirección tiene plena confianza en sus empleados
Modo de comunicación	Las pocas interacciones que existen entre superiores y subordinados se establecen con base en el miedo y desconfianza. Comunicación en forma de directrices e instrucciones específicas	Las interacciones entre superiores y subordinados son con condescendencia por parte de los superiores y con precaución por parte de los subordinados	La comunicación es de tipo descendente	Es no solo de forma ascendente o descendente sino lateral
Toma de decisiones	La mayoría de las decisiones se toman en la cima de la organización y se distribuyen según una función descendente	Se toman en la cima pero algunas en escalones inferiores	Se toman en la cima pero se permite a los subordinados que tomen decisiones más específicas en los niveles inferiores	Esta disperso en toda la organización e integrados a cada uno de los niveles
Método de motivación	Dentro de una atmósfera de miedo, castigo, amenazas, ocasionalmente de recompensas	Recompensas y algunas veces castigos son los métodos por excelencia más utilizados para motivar a los trabajadores	Se trata de satisfacer sus necesidades de prestigio y de estima, recompensas y castigos ocasionales	Los empleados están motivados por la participación y la implicación. Por los métodos de trabajo y evaluación del rendimiento.
Procesos de control	Fuertemente centralizados en la cúspide, pero	Siempre centralizados en la cima, a veces	Se delegan de arriba hacia abajo con un	Implicación muy fuerte de los niveles

generalmente se desarrolla una organización informal.	se delegan a niveles intermedios e inferiores.	a sentimiento de responsabilidad en los niveles superiores e inferiores.
---	--	--

Fuente: Elaboración propia con base en Brunet (2005)

En la Tabla , detallada anteriormente se hace referencia a dos tipos de clima: el cerrado y el abierto. En el primero se hace énfasis a una organización burocrática y muy rígida donde los empleados sienten una gran insatisfacción frente a su labor y frente a la empresa. En cambio en el segundo la organización es dinámica, capaz de alcanzar cualquier objetivo y procura la satisfacción de las necesidades de sus miembros, haciéndolos participes en la toma de decisiones.

Comunicación

La comunicación es la necesidad más vital y básica de todas después del proceso de supervivencia física. De acuerdo a Yagosesky (2001, citado por Medina 2002), la comunicación es —el proceso de relación humana, mediante el cual expresamos y compartimos nuestra visión de la realidad, con la intención, consciente o no, de influir en los pensamientos, actitudes y comportamientos de quienes nos rodeanl.

En función de la definición antes mencionada se puede decir que en cualquier organización sin importar tamaño o giro, entre otras características, se debe propiciar una comunicación eficaz entre todos los miembros que conforman la misma, para así desencadenar en un ambiente laboral benéfico y estable para cualquier grupo.

Robbins (2004) menciona que dentro de cualquier organización la comunicación tiene cuatro funciones centrales, que son:

- Controlar la conducta de las personas: significa actuar bajo las políticas impuestas por la empresa.
- Motivar: habla de las actividades de los empleados, de cómo deben llevarlas a cabo y que pueden ellos hacer para elevar su rendimiento.
- Expresar emociones: es la manifestación de sentimientos, tanto de satisfacción como de frustración.
- Informar: habla de propiciar información necesaria que necesiten las personas y algunos grupos para poder tomar decisiones

La existencia de un alto grado de comunicación en los individuos de cualquier organización, tendrá como resultado la adquisición de —conciencia de pertenencia a dicha institución. Se considera imprescindible que exista una adecuada interacción donde se pueda intercambiar información, experiencias y conocimientos así como también la existencia de bidireccionalidad y reciprocidad entre todos los miembros que conformen la organización para propiciar un ambiente de trabajo benéfico donde se generen diálogos de confianza y credibilidad, no solo entre trabajadores sino también entre líder-empleado, ya que esto impactara en la productividad de la organización.

Revisión de la Literatura

Las variables que son participes en esta investigación han sido objeto de estudio en numerosas ocasiones. Ambos conceptos son importantes en el proceso de desarrollo y en la

comprensión de las organizaciones. Dentro del sector industrial, se llevó a cabo un estudio exploratorio desarrollado por Valecillos (1996), sobre el grado de asociación existente entre el liderazgo y el clima organizacional en los establecimientos industriales de la pequeña y mediana industria del municipio Maracaibo del Estado Zulia, Venezuela. La indagación se llevó a cabo en 74 establecimientos, donde se aplicaron cuestionarios denominados: estilo de liderazgo y clima organizacional, mismos que fueron diseñados por el propio autor. Los resultados arrojaron un grado de asociación estadísticamente significativo entre ambas variables analizadas, obteniendo un liderazgo democrático relacionado con un clima organizacional amigable, así como un liderazgo de tendencia formal relacionado con un clima organizacional restrictivo, ambos resultados dependieron de la clasificación de los estratos de ocupación.

Aguilera (2011) en su tesis doctoral Liderazgo y clima de trabajo en las instituciones educativas de la Fundación Creando Futuro, hace énfasis en el trabajo de Orlando Martins, donde se analiza la influencia que el liderazgo tiene en determinados factores que constituyen el clima organizacional así como también el impacto de estos en la calidad de los servicios públicos municipales. Algunas de las conclusiones principales avalan que un liderazgo participativo otorga más importancia a la calidad del servicio, por vía de una mayor motivación, satisfacción, y resultados positivos de los recursos humanos, que un estilo de liderazgo autocrático.

Estudios realizados con el instrumento de medición IMCOL

En la provincia de Salamanca, España, se llevó a cabo un estudio donde se analizaron a cinco pequeñas empresas industriales, utilizando como instrumento de medición el IMCOL. Los resultados que se obtuvieron por parte de los subordinados, fue la existencia de un

clima laboral regular lo que creó discrepancia con los datos obtenidos por parte de los jefes, quienes opinaron que el clima que prevalecía era muy bueno. El tipo de liderazgo que se encontró fue autócrata, el cual es considerado como el factor organizacional que más influye en la calidad comunicativa de la empresa. El IMCOL demostró tener una consistencia interna y validez suficiente para ser utilizado en la medición de las percepciones de los miembros de las empresas industriales sobre ambos fenómenos, desde un enfoque comunicativo (Mellado, 2005).

Recientemente, se realizó un estudio significativo utilizando el instrumento de medición IMCOL, mismo que fue enfocado hacia seis medianas empresas hidalguenses. Es importante hacer notar que los resultados porcentuales referentes tanto a la calidad del clima organizacional como al estilo de liderazgo del jefe, se presentan bastante homogéneos en cada una de las empresas encuestadas, situación que nos indica en términos generales una percepción común de su realidad laboral y comunicativa dentro de los aspectos básicos medidos. (Hernández, García y Navarrete, 2013).

Objetivo General

Determinar los estilos de liderazgo y su relación con el clima organizacional que prevalece en la mediana empresa industrial hidalguense, a partir de la percepción de los trabajadores, con el propósito de identificar factores que posibiliten su fortalecimiento y mejora.

Planteamiento del Problema

En México actualmente el 80% de las PyMEs quiebran en el primer año de operaciones (El economista, 2011). Los principales problemas que tienen estas empresas a nivel nacional son que suelen carecer de tecnología apropiada, mano de obra calificada y bajos recursos financieros, lo cual debilita el hecho de poder enfrentarse a nuevos competidores, y contribuir en la economía del país.

Hoy en día, en todo el país se encuentran registradas 2,935 medianas empresas del sector industrial, (SIEM, 2014), <<se entiende por mediana empresa aquella donde el número total de sus trabajadores oscila entre los 51 y 250 empleados (INEGI, 2009)>>. No obstante, el sector industrial del calzado, como muchos otros, vive desde hace ya varios años dentro de un proceso de apertura comercial del cual es imposible desprenderse y derivado de esto, estas empresas buscan lograr un adecuado posicionamiento dentro del mercado.

La problemática de la industria mexicana del calzado reside en tres elementos principales: la mentalidad empresarial de los zapateros mexicanos (falta de un mejor liderazgo), la debilidad de sus instituciones representativas y el impacto de factores ajenos a la industria (Blanco, 2005). La forma de pensar del empresario zapatero ocasiona el no poder resolver sus limitantes con creatividad y propuestas, no invierte en el desarrollo de la gente que integra su organización y que da forma a este sector. Dicha mentalidad comenzó a manifestarse durante el modelo de sustitución de importaciones, pues los productores se caracterizaban por ser —prudentes, conservadores, carentes de racionalidad capitalista y de espíritu emprendedor, además con un gran peso en las tradiciones familiares en el manejo

de los negocios, y presentaban un individualismo muy fuerte y una falta de profesionalismo. También, sus estilos de dirección eran deficientes en la administración, debido a la tendencia de desempeñar varios papeles a la vez, como gerente general, vendedor, administrador, etc. (Hernández, 2006, citado por Guzmán, 2008).

En relación con el estado de Hidalgo, únicamente se tienen registradas alrededor de 56 medianas empresas del sector industrial, (SIEM, 2014). La problemática en esta región es similar a la que se tiene en México, tal es el caso de la empresa hidalguense objeto del presente estudio cuyos directivos reconocen que han comenzado a tener problemas en relación con la comunicación y mandatos entre sus trabajadores.

Este tipo de situación coloca en desventaja a la compañía, ya que se convierte en un factor determinante para lograr mantener buenos niveles de eficiencia en la producción, servicio, competitividad, entre otros aspectos.

En relación a lo anterior, el interés que se persigue con esta investigación es el poder identificar la percepción que tienen los trabajadores de la empresa en cuestión, en relación con el clima laboral y estilos de dirección presentes, basados en la comunicación, y en todo caso a partir de un diagnóstico situacional los directivos puedan tomar decisiones al respecto y establecer estrategias de mejora en beneficio de ambas partes.

El sector industrial del calzado en el Estado de Hidalgo

Destaca la importancia del sector industrial, debido a que representa un excelente medio para impulsar el desarrollo económico en el estado, así como también a la generación de empleos y al desarrollo regional y local, debido a que la localización de las empresas se

encuentra repartida, facilitando así el crecimiento de los municipios y del Estado de Hidalgo en general.

El Estado de Hidalgo ocupa el sexto lugar nacional en la fabricación de calzado. Del número total a nivel república de establecimientos de la industria del calzado, que asciende a 10,815 unidades económicas, el Estado de Hidalgo posee 74, contribuyendo en términos de porcentaje al 0.7% (INEGI, 2009). Su personal ocupado total asciende a 776 personas, cifra que en términos absolutos refleja el 0.6 % del total nacional referente a 140,324 personas.

Metodología

Tipo y diseño de la investigación

El diseño de la investigación utilizado fue transversal y con enfoque cualitativo debido a que forma parte de un estudio de caso, sin embargo al emplear un instrumento de medición, el enfoque que se contempla también es cuantitativo. El criterio de análisis utilizado fue descriptivo ya que permite determinar cuáles son las propiedades importantes de los grupos empleados en el análisis y correlacional pues se pretende determinar la relación existente entre las variables utilizadas, liderazgo y clima organizacional.

Población

La población objeto de estudio estuvo compuesta únicamente por 68 empleados que laboran en el área de producción de la empresa zapatera, de los cuales 62 son subordinados y 6 directivos, ya que los propietarios manifestaron su interés por contar de momento con información relacionada a esa sección, toda vez que los principales problemas se han

detectado ahí. Debido a que se realizó el estudio de campo al total del personal autorizado por los dueños de la empresa, no se aplicó ninguna técnica de muestreo.

Instrumento de medición

Para la realización del estudio se utilizó el Instrumento de Medida de Clima Organizacional y Liderazgo (IMCOL), el cual mide conjuntamente ambos fenómenos a través de diversas dimensiones comunicativas que los describen (Mellado, 2004) y fue desarrollado por Claudia Mellado y Miguel Diaz en el año 2000, pero perfeccionado por Mellado en el año 2004.

El instrumento está dividido en dos apartados. En la primera parte se solicita información de carácter sociodemográfico. La segunda parte consta de 50 afirmaciones donde se recolectan los datos acerca de la percepción del clima organizacional, de las cuales 12 de ellas se relacionan y miden además del clima la percepción del tipo de liderazgo del jefe.

Los siete factores del IMCOL que medirán la percepción del clima organizacional son:

1. Percepción de la comunicación jefe/trabajadores, en términos de la empatía y apertura que percibe el subordinado de parte del superior (PJT)
2. Percepción de la calidad y exactitud de la comunicación descendente (del jefe a los trabajadores) (PCD).
3. Percepción de la comunicación ascendente, particularmente los aspectos empáticos y afectivos de esa relación (PCA).
4. Percepción de las oportunidades de influir en el jefe (POI)
5. Percepción de la confiabilidad de la información recibida desde el jefe (PCJ)

6. Percepción de la confiabilidad de la información recibida desde los compañeros de trabajo (PCC).
7. Percepción de la comunicación entre subordinados (nivel de afectividad, apoyo, compañerismo y apertura) (PCS).

Para la medición del liderazgo, el cuestionario aporta cuatro posibles estilos de liderazgo que puede adoptar el jefe, cada uno de los cuales se compone a partir de dos dimensiones de conducta que son:

1. Nivel de intercambio de información (NII).
2. Nivel de participación en la toma de decisiones (NPT).

Ambas variables son medidas y cuantificadas mediante una escala de Likert de cinco puntos, donde los resultados se clasifican en diferentes rangos de acuerdo a un intervalo obteniendo.

La confiabilidad de este instrumento ha sido comprobada arrojando un Alpha de Cronbach de 0.92, lo que somete a prueba de formal, cabal y satisfactoria la calidad de medida del clima organizacional y del estilo de liderazgo del jefe.

3. Resultados

A continuación se describe con detalle la calidad encontrada del Clima Organizacional (pobre, regular, bueno y muy bueno), del personal directivo y subordinado de la empresa objeto de estudio.

Tabla 2. Tipo de Clima Organizacional en personal directivo y subordinado

Nivel	Personal directivo		Personal subordinado	
	Numérica (#)	Porcentual (%)	Numérica (#)	Porcentual (%)
Pobre	0	0%	4	6%
Regular	2	34%	28	45%
Bueno	2	33%	24	39%
Muy bueno	2	33%	6	10%
Total	6	100%	62	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de investigación (2013)

De acuerdo a la tabla 2, se observa que todo el personal encuestado afirma que la calidad de su clima es regular, el personal directivo en un 34%, y los subordinados lo califican con un 45%. Estos resultados de clima —regular— ponen en alerta la perspectiva comunicativa que existe dentro de la empresa.

En cuanto a los resultados obtenidos del tipo del liderazgo practicado (autócrata, autócrata consultador, administración delegada y administrador de consensos), en la tabla 3, los directivos afirman que su estilo de liderazgo es administrador de consensos en un 50%, mientras que los subordinados señalan que es autócrata consultador en un 44%.

Tabla 3. Tipo de Liderazgo en personal directivo y subordinado

Tipo	Personal directivo		Personal subordinado	
	Numérica (#)	Porcentual (%)	Numérica (#)	Porcentual (%)
Autócrata	0	0%	7	11%
Autócrata consultador	2	33%	27	44%
Administración delegada	1	17%	21	34%
Administrador de consensos	3	50%	7	11%
Total	6	100%	62	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de investigación (2013)

En referencia a los resultados correspondientes a las siete dimensiones del clima organizacional mencionadas anteriormente, en el personal directivo se encuentra que respecto a la primera dimensión PJT, los directivos perciben el clima organizacional de bueno a muy bueno en un 66%, mientras que el restante 34% lo considera regular. En la dimensión PCD, el 66% lo considera de bueno a muy bueno, y el 34% de pobre a regular. En cuanto a la dimensión PCA, el 34% lo percibe pobre y el restante 66% de bueno a muy bueno. Referente a la dimensión POI, el 34% considera al clima organizacional de regular a pobre, mientras que el 66% lo percibe de bueno a muy bueno. En la dimensión PCJ, el 33% lo percibe de regular a pobre, y el 67% de bueno a muy bueno. Respecto a la dimensión PCC, se percibe una tendencia de 67% a un clima bueno, y el restante 33% afirma que es pobre, y finalmente en la dimensión PCS, los directivos consideran al clima de regular a pobre en un 34% y el restante 66% lo perciben de bueno a muy bueno.

De la misma manera en los resultados del personal subordinado al analizar estas siete dimensiones del clima organizacional, se obtiene que respecto a la primera dimensión PJT, los encuestados perciben el clima organizacional de bueno a muy bueno en un 64%, mientras que el restante 36% de regular a pobre. En la dimensión PCD, el 55% lo considera de regular a pobre, y el 45% de bueno a muy bueno. En cuanto a la dimensión PCA, el 44% lo percibe de regular a pobre y el restante 56% de bueno a muy bueno. Referente a la dimensión POI, el 45% considera al clima organizacional de regular a pobre, mientras que el 55% lo percibe de bueno a muy bueno. En la dimensión PCJ, el 53% lo percibe de regular a pobre, y el 47% de bueno a muy bueno. Respecto a la dimensión PCC, se percibe una tendencia de 68% al clima regular a pobre, y el restante 32% de bueno a muy bueno, y finalmente en la última dimensión PCS, los subordinados consideran al clima de regular a pobre en un 29% y el restante 71% lo perciben de bueno a muy bueno.

El tipo de liderazgo se analizó con base en dos dimensiones que mide el IMCOL, en el personal directivo de acuerdo a la dimensión NPT, el 34% percibe el liderazgo de regular a bajo (de autócrata consultador a autócrata) mientras que el 66% restante lo califica de alto a muy alto (de administración delegada a administración de consensos). En la segunda dimensión NII, el 34% considera el tipo de liderazgo de regular a bajo (de autócrata consultador a autócrata), y el 66% de alto a muy alto (de administración delegada a administración de consensos).

El personal subordinado en la dimensión NPT, el 55% percibe el tipo de liderazgo de regular a bajo (de autócrata consultador a autócrata) mientras que el 46% restante lo califica de alto a muy alto (de administración delegada a administración de consensos). En la segunda dimensión NII, el 51% considera el tipo de liderazgo de regular a bajo (de autócrata consultador a autócrata), y el 48% de alto a muy alto (de administración delegada a administración de consensos). Es importante destacar que en ambas dimensiones se obtuvo un liderazgo regular o llamado de otra manera —autécrata consultadorl.

Correlaciones

Se llevaron a cabo correlaciones entre las variables utilizadas y algunas características sociodemográficas, por lo que en este documento se presentan los datos de mayor relevancia. Se tomaron en cuenta las siete dimensiones del clima organizacional y el turno en el cual laboraba todo el personal (matutino, vespertino, mixto y otro). Los resultados obtenidos para el personal directivo son los siguientes: el personal que labora en el turno matutino, el cual equivale al 50% del total, percibe en todas las dimensiones analizadas un

clima organizacional que va de bueno a muy bueno. Los directivos que trabajan en turno mixto opinan que el clima en todas las dimensiones es pobre o regular en un 50% y el resto lo cataloga como bueno o muy bueno. Finalmente el directivo que trabaja en —otro|| turno asume que el clima va de pobre a regular. Llama la atención que cuando los directivos trabajan solo un turno se percibe un buen clima y a medida que se alarga la jornada de trabajo, este clima va cambiando a regular o incluso a pobre.

Dentro del personal subordinado, el 60% del total labora en el turno matutino y percibe un clima de pobre a regular en tres de las siete dimensiones analizadas que son: PCD, PCJ y PCC, en las cuatro dimensiones restantes se obtuvo un clima de bueno a muy bueno. En relación al turno mixto que ocupa el 29% del total, los trabajadores afirman que el clima va de bueno a muy bueno en las dimensiones PJT, PCA, POI y PCS, con un porcentaje por igual para el tipo de clima las dimensiones PCD y PCJ y por ultimo solo en la dimensión PCC, este personal afirma que su clima va de pobre a regular. Los directivos que trabajan en otro turno afirmaron tener un porcentaje por igual para el tipo de clima en las dimensiones PJT, PCA, POI y PCJ, un clima de bueno a muy bueno en las dimensiones PCC y PCS, y en la dimensión PCD un clima de pobre a regular. El turno con menor porcentaje fue el vespertino con apenas un 5% y todo el personal que labora en este horario afirma tener un clima de bueno a muy bueno. La dimensión PCD que habla de la comunicación del jefe hacia los trabajadores y la dimensión PCC que es la confiabilidad de la información recibida entre los compañeros de trabajo, son las que poseen resultados de clima pobre a regular en mayor medida por lo que se ratifica el clima regular ya descrito anteriormente así como los problemas desde una perspectiva comunicacional principalmente en el turno matutino.

El liderazgo en sus dos dimensiones se correlaciona con la variable sociodemográfica género, los resultados para el personal directivo afirman que el 67% del total son del género masculino, los cuales perciben en su mayoría tener un liderazgo muy alto en la dimensión NPT y un liderazgo que va de alto a muy alto en la dimensión NII. Para el personal femenino el cual ocupa el 33%, los resultados se encuentran de manera diferente, en la dimensión NPT, el 50% afirma un liderazgo regular y el otro 50% un liderazgo alto. Algo similar sucede en la dimensión NII al catalogar al liderazgo como bajo en un 50% y alto para el otro 50% restante. De manera general el liderazgo que se observa es alto a muy alto o bien de administración delegada a administrador de consensos, respuesta ya dada anteriormente.

Los resultados para el personal subordinado afirman que el 52% del total pertenece al género masculino, el cual afirma en la dimensión NPT que la mayoría de ellos percibe un liderazgo regular, y en la dimensión NII, la mayoría juzga un liderazgo alto. Los resultados son totalmente diferentes para el personal femenino el cual ocupa un 48%, pues en ambas dimensiones analizadas ratifican la existencia de un liderazgo regular o bien —autócrata consultador. Esta correlación permite observar que en el diagnóstico dado anteriormente, el género femenino fue el más decisivo para obtener los resultados del tipo de liderazgo.

En relación al objetivo general establecido, se determinó que la percepción que tiene el personal directivo del área de producción sobre el estilo de liderazgo que prevalece en la empresa zapatera, es administrador de consensos, mientras que el subordinado afirma que es autócrata consultador, lo cual crea una discrepancia de opiniones que se aclara cuando se obtiene el tipo de clima organizacional, el cual es percibido por los directivos y los

subordinados como regular, resultado que enfatiza del porque la empresa sostiene una problemática desde una perspectiva comunicativa, pues con este diagnóstico se comprende la falta de comunicación adecuada entre todos los empleados.

Considerando a todos los empleados, sobresale el hecho que cuando el clima organizacional es regular, el tipo de liderazgo que más prevalece es autócrata consultador lo cual es un indicativo teórico que existe una probable relación. De la misma manera, referente a las variables sociodemográficas, se encontró que cuando el personal directivo trabaja solo un *turno*, su percepción del clima es buena y esta va cambiando a medida que se alarga la jornada de trabajo, mientras que en el personal subordinado se acentúan los problemas de comunicación del jefe hacia los subordinados y la confiabilidad de la información recibida entre los compañeros de trabajo, principalmente en el turno matutino, y por último en la variable *género* se encontró que las mujeres fueron parte importante para diagnosticar el estilo de dirección utilizado, pues a pesar de ser minoría, la mayoría de ellas califico el tipo de liderazgo como autócrata consultador.

Los resultados obtenidos de la presente investigación propicia que los propietarios de la empresa puedan sensibilizarse con el problema que prevalece en el área de producción, al contar con evidencia formal y así establecer acciones de mejora en el corto plazo para evitar en un futuro que también otras áreas se vean afectadas.

Conclusiones

Con base en la diferencia de opiniones para el estilo de dirección encontrado, el estilo de liderazgo autócrata consultador, determinado por los subordinados en la empresa objeto de

estudio, permite asegurarnos que la información que los titulares de área intercambian con sus subordinados es nula o muy poca, lo que no permite dar totalmente participación a los mismos en la toma de decisiones de la organización.

Así mismo, al encontrarse como evidencia la existencia de un clima organizacional con tendencia a regular, se acentúan los problemas comunicativos dentro del área de producción. No existe una adecuada comunicación entre jefes y trabajadores, lo que trae como consecuencia una inestabilidad del clima laboral propiciada en su mayor parte por el estilo de liderazgo utilizado.

Respecto a las variables sociodemográficas analizadas, el personal directivo que labora en turno matutino percibe un buen clima, mientras que, en este turno es donde el personal subordinado, está teniendo mayores conflictos para comunicarse con su jefe y entre los mismos compañeros de trabajo. En cuanto a la segunda variable que fue el género, se detectó que el personal femenino fue parte decisiva para determinar el estilo de dirección practicado en la empresa.

La relación que el liderazgo ejerce sobre el clima organizacional presenta un panorama donde se demuestra cómo estas temáticas están unidas, al darnos cuenta que dependiendo del tipo de liderazgo utilizado, se tendrá como resultado la formación del clima organizacional. De esta manera se entiende al liderazgo como la causa y al clima organizacional como la consecuencia, pues del primero dependerán las relaciones laborales, y sucesivamente del segundo dependerá la productividad de la empresa y competitividad en el mercado de la misma. Lo mismo sucede en empresas pertenecientes a la industria

mexicana del calzado, incluyendo al Estado de Hidalgo, pues como se detalló anteriormente la forma de pensar del empresario zapatero y su estilo conservador, provocan el no poder resolver sus limitantes con creatividad, lo que desencadena muy poca inversión en el desarrollo de sus trabajadores, ocasionando de esta manera malas relaciones de comunicación con sus empleados y empeorando así el clima laboral existente en estas organizaciones.

Referencias bibliográficas

- Aguilera, V. (2011). *Liderazgo y clima de trabajo en las instituciones educativas de la Fundación Creando Futuro* (Tesis doctoral). Universidad de Alcalá, España.
- Blanco, R. (marzo, 2005). El proyecto promueve III. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/Canales4/eco/promuevetres.htm>.
- Brunet, L. (2005). *El clima de trabajo en las organizaciones*. Mexico: Trillas
- Guzmán, D. (2008). *Las capacidades tecnológicas en la industria del calzado en México* (Tesis de maestría). Instituto Politécnico Nacional, México.
- Hernández, T., García, M., Navarrete, D., y Sánchez, G. (2013). El síndrome de Burnout y su relación con el clima organizacional de medianas empresas en México. XXVII Congreso Anual de AEDEM. Huelva, España.
- Hernández, T., Navarrete, D. (2012). *Tópicos modernos de administración I, fundamentos teóricos*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Lussier, R., Achua, C. (2010). *Liderazgo, teoría, aplicación y desarrollo de habilidades*. Mexico: Cengage learning

- Medina, L. (2002). *Clima organizacional desde la perspectiva de la comunicación del núcleo escolar rural no. 244* (Trabajo de grado). Universidad Nacional Abierta, Venezuela.
- Mellado, C. (2005). La pequeña empresa industrial ante los nuevos esquemas sociales: un acercamiento a su actividad comunicacional interna. *Revista latina de comunicación social*. Núm. 59
- Mellado, C. (2004). *Repercusiones del proceso comunicativo en la configuración del clima organizacional y el liderazgo de las pequeñas empresas industriales* (Tesis Doctoral). Universidad Pontificia de Salamanca. Colección de Comunicación Social, Latina, España
- Mellado, C. (octubre, 2004). Validez de Constructo de una Escala para Medir Clima y Liderazgo desde una Óptica Comunicativa en la Pequeña Empresa Industrial. *Revista electrónica Razón y Palabra*. No. 47. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n47/cmellado.html>
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional. Teoría y Práctica*. México: Prentice Hall.
- Robles, V. (diciembre, 2008). Una investigación intra-cultural de liderazgo en México: Igualdad en las pymes de Hidalgo, Colima Y Tamaulipas. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, Vol. 16 No.2: 31-45.
- Salldoval, M. (mayo, 2004) Concepto y dimensiones del clima organizacional. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, No.27:78-82.
- Valecillos C. (1996). Estilos de liderazgo y clima organizacional en la pequeña y mediana industria. *Revista Venezolana de Gerencia*. Vol. 1, No. 2: 285-296.
- Yukl, G. (2008). *Liderazgo en las Organizaciones*. Madrid: Pearson-Prentice hall.

Páginas web

www.economista.com.mx/sistema-financiero/2011/10/25/cierran-80-las-pymes-mexico-falta-prevision

www.inegi.org.mx

www.siem.gob.mx

El liderazgo ¿solo para hombres?

Fernando Castillo Gallegos

Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo

Sonia Guadalupe Reyes Vázquez

Escuela Superior Tepeji. UAEH

Resumen

A lo largo de la historia se ha tenido la creencia de que el sexo masculino es el que únicamente puede desempeñarse en el campo laboral siempre como el líder de los diferentes proyectos en empresas o de las actividades encomendadas en la sociedad y/o dentro de las diferentes empresas que venden bienes o servicios según sea el caso y el sexo femenino dedicarse a desarrollar actividades inherentes al hogar, pero a partir de las últimas décadas del siglo XX yace una nueva ideología que genera cambios significativos y direccionados —el sexo femenino tiene la misma capacidad de desarrollar actividades laborales y liderar cargos gerenciales que el sexo opuesto. A raíz de esto surgen pros y contras de esta revolucionaria ideología empresarial.

Palabras clave: Liderazgo, género, equidad laboral

Introducción

México ha vivido por años en una cultura tradicionalmente patriarcal que no ha permitido que la sociedad se visualice en un panorama de equidad de género, no hay experiencias o referentes que muestren cómo sería una sociedad organizada paritariamente en su esquema industrial, cultural, social, etc., como consecuencia existe una negación a la realidad que no

se ajusta a la concepción que se considera —debe ser|. Queda completamente claro que el ser humano ve lo que quiere ver.

Los comentarios vertidos por personas que han llegado a ocupar cargos directivos de diversas firmas están encaminados a la confirmación de que la tradición patriarcal impide la conciencia sobre estas discriminaciones indirectas, culturales, en las que interactúan hombres y mujeres, —**Es el peso de la cultura**”.

A raíz de esta cultura patriarcal que ha predominado por años, con el surgimiento del Liderazgo femenino las mujeres se encuentran en una disyuntiva:

“Vivir en la impostura para ser adecuadas al mundo construido por la mirada del hombre o salir de la impostura y atreverse a mostrar su identidad, que es su poder|.

Liderazgo femenino una nueva concepción

Todo parece indicar que el ser humano se encuentra ante una nueva concepción del Liderazgo, en la que la creatividad y la sensibilidad necesariamente están presentes, al igual que la comunicación; en un sistema de organización menos jerárquico, más horizontal, en el que la multilateralidad y la divergencia de perspectivas, pensamientos y sentimientos merecen total respeto. De ello se deduce que la intuición, empatía, disponibilidad para trabajar en equipo y buen trato (*cualidades tradicionalmente consideradas como femeninas*) deberían ser apreciadas por las empresas para puestos gerenciales y directivos. Afortunadamente predominan en la actualidad las actitudes de rechazo al liderazgo autoritario y jerárquico, basado en el modelo patriarcal. Y este nuevo estilo se va

imponiendo, abriendo nuevas posibilidades de desarrollo con las aportaciones de las mujeres.

¿Qué es el liderazgo femenino?

Comienza a surgir en el transcurso de las últimas décadas del siglo XX, y es el proceso de autorización de las mujeres. Es un cambio de paradigma personal, social y una revolución en el sentido cultural del término. La autorización de cada mujer y de las mujeres profesionistas y profesionales o como grupo social, hará de facto que aflore el talento femenino de los diferentes sistemas que hoy yacen bajo el peso de los estereotipos.

Por lo tanto el talento femenino permitirá una nueva cultura en cada una de las actividades y niveles de la sociedad, dentro y fuera de cada entidad de cualquier cultura o provincia y como un todo de manera directa o indirecta generar o redireccionar los sistemas de organización de las entidades.

Por qué surge el liderazgo femenino?

Considero como primera instancia, el responder a esta pregunta es de gran importancia, ya que podríamos comentar que de manera inicial, que nace primordialmente de la necesidad de la familia actual, que requiere de obtener mayores ingresos para vivir desahogadamente, situación que influye para que la mujer tome la decisión de trabajar o emprender e innovar negocios y que el hombre comience de manera paulatina el —aceptar| que es corresponsable de actividades del hogar y de la atención de los hijos.

En segundo término surge de los retos intelectuales, personales y profesionales e inclusive simplemente de una búsqueda de independencia.

La mayoría de las mujeres entra al mundo laboral a través de negocios tradicionales de servicios, comercio o relacionados con sus intereses (cocina, educación, belleza); a su vez existen excepciones de casos exitosos en sectores como:

- Construcción.
- Agroindustria.
- Automotriz.

Por qué de la dificultad de una mujer ante un cargo directivo

La razón histórica, social y cultural que se puede dar con relación al acceso a puestos directivos no tiene que ver únicamente con el mundo de la educación, sino que es una constante social en todos los campos profesionales actuales: la *costumbre social* que se convierte en norma a la que hombres y mujeres se inclinan y amoldan para no destacar ni hacerse notar o viceversa. La función de la mujer ha estado reducida de forma tradicional al ámbito de lo doméstico y privado, y por ello cuando accede al mundo laboral y público se encuentra con dificultades no sólo a nivel personal, sino por parte del entorno más próximo (*familiar*) y del entorno sociocultural más amplio (*las organizaciones*).

Según Nicolson (1977) —para la mujer que logra el acceso a cargos de responsabilidad probablemente aumentarán los problemas y tensiones en su vida. Y no sólo debido a la presión que supondrán las opiniones de su entorno más próximo (*pareja, familia...*), sino también por la influencia de las redes de apoyo con las que puede contar tanto a nivel práctico como a nivel psicológico (*otras mujeres, amistades, etc.*)”. La concepción tradicional mayoritaria en estos dos ámbitos tenderá a orientarla hacia la reducción de sus

ocupaciones al ámbito privado. Además y de forma muy importante están las influencias ideológicas, que provocan consecuencias psicológicas de carácter negativo en la mujer, en función de lo que la sociedad espera de ellas como madres de familia, esposas..., lo cual tiende a generar angustia, ansiedad por tener sentimientos de abandono hacia la educación de sus hijos/as; ya que el papel adjudicado a la mujer ha sido el de madre que no puede ser suplantado por otra figura de apego. A nivel social, persiste una crítica bastante extensa y una presión solapada, hacia las mujeres que anteponen el éxito profesional al papel preponderante que se le ha asignado histórica y socialmente: *la maternidad*. Así la sociedad plantea y define que *masculinidad* es equivalente a independencia y autonomía, y *Feminidad* significa colaboración, actitud maternal y dependencia. Un ejemplo de esto es el hecho de que es menos probable que las mujeres en puestos de dirección tengan hijos que los hombres en esas mismas posiciones. Porque mientras que para la empresa un hombre con matrimonio y familia se considera como algo positivo que asegura la estabilidad, una mujer que tiene o puede tener hijos son una posible carga para la Organización (*permisos por embarazo, horas de dedicación al trabajo, prioridad en las decisiones, etc*), lo cual acaba siendo asumido por las propias mujeres y vivido como reto en su carrera profesional.

Nuevos y viejos retos

La cultura actual está ligada a paradigmas de inequidad de género por lo que la mujer se encuentra obstaculizada para ocupar cargos gerenciales; por factores como:

Redefinición de roles. Aún existe la creencia de que la mujer debe cumplir ciertos roles y funciones por su género dentro de la familia.

Familia y profesión. De acuerdo con el INEGI, el 60.5% de las emprendedoras en México son casadas. Y la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México (Canacope) indica que el 80% de las empresarias del sector son mamás de dos y tres hijos (46 y 24% respectivamente). Es decir que para la mayoría, la familia es una prioridad.

Capacitación. Todavía falta fomentar en las mujeres la cultura emprendedora y dotarlas de habilidades y herramientas para ser competitivas, así como espacios de encuentro y formación.

Acceso a crédito. Las mujeres emprendedoras en general tienen cierta problemática para obtener financiamiento por falta de credibilidad y una brecha en el ingreso salarial.

Oportunidades

El teletrabajo.

La flexibilidad en las organizaciones es un valor altamente apreciado ya que permite al sexo femenino balancear los roles familiares, personales y laborales. Actualmente son innumerables las empresas que están adoptando diversas formas de desarrollar el proceso productivo inclusive incluyen el rubro de —trabajo desde casa y —uso y aplicación de tecnología. Así mismo comienzan a preocuparse por la estabilidad familiar implantando el servicio de guarderías, un aumento en la distribución de labores y apoyan el aspecto —maternidad. reincorporándolas a la vida laboral de forma casi inmediata porque sin duda se reducen los costos de contratación y capacitación.

Capacitación. Como respuesta a esta necesidad surgió en 2012 The Founding Moms Latinoamérica, una comunidad de mujeres emprendedoras que además comparten el reto de ser madres; las participantes acuden a reuniones mensuales donde obtienen capacitación,

aprovechan oportunidades como apoyos, herramientas y redes de contactos, hacen networking y comparten experiencias y consejos.

Características biológicas y psicológicas determinantes en el comportamiento femenino

Características biológicas:

De acuerdo a la obra de Helen Fisher alrededor del 50 por ciento de las mujeres están genéticamente mejor —equipadas— que los hombres para coordinar multitud de elementos de información, fundamento del pensamiento en red. Existe más evidencia, por ejemplo: la corteza pre frontal está construida de manera diferente en las mujeres y en los hombres, una arquitectura que puede afectar al modo en que ambos sexos organizan su pensamiento. Si esta disparidad en tamaño de la corteza pre-frontal influye o no en el enfoque holístico femenino y en la perspectiva más lineal del hombre es algo que nunca se sabrá. Pero es concebible que esta diferencia ligada al sexo pudiera guardar relación con las variaciones en los modos de —pensar— del hombre y la mujer. Otras partes del cerebro muestran también variaciones estructurales que podrían tener alguna función en el pensamiento en red de la mujer. De particular relevancia son los cables de tejido que conectan los dos hemisferios cerebrales. Uno de estos puentes de tejido es el *corpus callosum* (cuerpo calloso) compuesto de unos doscientos millones de fibras que conectan las dos mitades del cerebro desde la frente a la parte posterior de la cabeza. Al menos una sección del corpus callosum es algo más grueso en la mujer que en el hombre. El segundo puente importante que conecta los hemisferios cerebrales es la comisura anterior, que es un 12 por ciento mayor en las mujeres que en los hombres. Algunas pruebas realizadas en víctimas de infarto, pacientes con otras lesiones cerebrales y sujetos normales indican que estos enlaces

conectores, más gruesos en la mujer, permiten una mejor comunicación entre los dos hemisferios cerebrales. En los hombres, hay menos relación entre las dos mitades del cerebro; cada lado opera de forma más independiente. Quizá los cerebros bien conectados de las mujeres faciliten su capacidad para recoger, integrar y analizar tipos más diversos de información, un aspecto del pensamiento en red. El psiquiatra Mark George, del National Institute of Mental Health (Instituto Nacional de Salud Mental), tiene la teoría de que esta estructura cerebral puede permitir a los hombres centrar la atención más intensamente que las mujeres. Se cree que el talento femenino para el pensamiento contextual, y la habilidad asociada de realizar múltiples tareas a un tiempo, se formaron en la historia profunda. Debido a que las mujeres, por lo general, no siguen una trayectoria de pensamiento lineal, paso a paso, tan habitualmente como los hombres, es frecuente que éstos las consideren menos lógicas, menos racionales, menos concretas, menos precisas y hasta menos inteligentes. Esta diferencia de género puede originar auténticos problemas cuando ambos sexos trabajan juntos. A los hombres les desespera cuando las mujeres plantean una profusión de variables que ellos creen superfluas. Para la mayoría de los hombres, el objetivo inmediato es más importante que el proceso que lleva a una decisión. Ellos están —cazando: centrándose en la solución. No quieren detenerse en el camino; quieren ejecutar la tarea. Actualmente algunos consultores han empezado incluso a recomendar algunos métodos para evitar el pensamiento lineal y adquirir una perspectiva holística.

Características psicológicas:

- La primera característica en una mujer líder es la **empatía** ya que influye en los sentimientos y expectativas de clientes, socios, empleados y aliados para tener un entendimiento más profundo.

- Busca trabajar en equipo para sacar lo mejor de los demás.
- Intuición en la toma de decisiones.
- Énfasis en la cooperación sobre la competición.
- tienden a enfatizar la igualdad sobre la jerarquía.
- Liderazgo democrático.
- Búsqueda de innovación y mejora continua.
- Un estilo más democrático.
- Dialogante.
- Pedagógico.
- Consensuador.
- mediador.
- Actitud más receptiva y participativa.
- Un liderazgo más multidireccional y multidimensional, favoreciendo el desarrollo de valores y acciones colectivas.
- Un ejercicio del liderazgo más firme y constante.
- Más creativas en las propuestas para ejercer la dirección.
- Más comunicativas y abiertas a las relaciones personales, a las propuestas de sus compañeras y compañeros, a escuchar sin enjuiciar de una forma más comprensiva.
- Desarrollan políticas de cooperación y participación.
- Potencian relaciones interpersonales.
- Disponibilidad para el cambio.
- Crean un clima de colegialidad y gestión colaborativa con el profesorado.

- Construyen redes informales, propiciando la cohesión y los vínculos entre los miembros, alentando a otros a compartir los recursos.
- Les preocupa el abuso del poder y utilizan la coacción como último recurso.
- Potencian el —aprender con los demás
- Clara preferencia por enfoques consultivos y cooperativos.
- Habilidad para combinar y reconciliar expectativas y experiencias contradictorias, promoviendo el compromiso colectivo de los miembros de la organización.
- Desarrollo de políticas de cuidado y apoyo mutuo.
- Mayor atención a los sentimientos y al uso de una —inteligencia emocional más sensible a las emociones y situaciones personales de los demás.

Estrategias esenciales del liderazgo femenino

1. Conocerse a sí misma.
2. Fijarse objetivos propios.
3. Formarse.
4. Dar a conocer los propios deseos y objetivos.
5. Ser visible.
6. Establecer redes entre **mujeres**.
7. Seguridad en sí misma.
8. Mostrar iniciativa.
9. Diseñar un plan de acción para el futuro.

Plus femenino.

En el mundo globalizado solo las empresas que logran dar un paso delante de la competencia son las que realmente generan una realización económica satisfactoria, las entidades que logran adoptar los desafíos latentes y continuos son las que sobreviven, fortalecen e innovan; pero para ello se necesita que la organización cuente con un líder que sea capaz de dirigir a la organización como un todo, asignar tareas a cada área, departamento o puesto; identificar perfiles para posicionar a cada subordinada en el lugar mas optimo con base a su capacidad; con ello promover una cultura de mejora continua y compromiso constante.

¿Cuál es el perfil de un **líder**?

La persona que promueve:

- Motivación para el logro de retos.
- Capacidades para la influencia social.
- Conocimientos relevantes.
- Competencia cognitiva.
- Competencia social.
- Autoconfianza.
- Fiabilidad.
- Flexibilidad.

A continuación se menciona el plus que aporta el liderazgo femenino:

- **Competitivo.** La mujer tiende a alcanzar buen nivel de desempeño profesional para demostrar que es igual o incluso más hábil que el varón siendo esta un reto actual.

- **Abierto e innovador.** Promueve el orden, es más analítica, siempre se encuentra apta para la recepción de consejos y sugerencias; para que con base a ellos desarrolle estrategias que le permitan una innovación constante y efectiva.
- **Promueve calidad.** El sexo femenino se caracteriza por ser mas dedicado en las actividades que realiza, el rol profesional es un claro ejemplo ya que la mujer pretende satisfacer totalmente al cliente al que va dirigido su producto o servicio.
- **Flexible.** Muestra más capacidad de cambio y adopción de tendencias ya que su liderazgo se enfoca a las necesidades actuales, no se rige por métodos tradicionales como la mayoría de los hombres.
- **Comunicativo.** Por lo regular la líder intenta implantar una comunicación eficiente y constante en base a confianza y respeto.
- **Persuasivo.** El popular —sexto sentido‖ o en otras palabras el uso de la intuición para la toma de decisiones.
- **Democrático.** El varón tiende a ser mas autoritario sin embargo la mujer ha desarrollado la facilidad de recepción de consejos por lo cual tiende a tomar decisiones o implantar estrategias con base a los intereses de mas personas; analizando cual es la ruta más factible y beneficiaria.
- **Mediador.** Cuando existen conflictos laborales, muestra una conducta equitativa, intentando promover la justicia y la igualdad.

Entre otros aspectos de importancia se encuentra la implantación de creatividad; el liderazgo femenino tiende a ser multidireccional y multidimensional esto es resultado de la

incorporación de su inteligencia emocional en el territorio profesional lo cual promueve enfoques de cooperación y consulta.

En síntesis, como señala Kaufmann (1996) citado en (Escapa, 2009) *“Las mujeres ponen en el trabajo también su parte emocional”*, en un entorno en gran complejidad y de cambio constante como el actual, estas son cualidades esenciales. Por este motivo, no es extraño que las organizaciones estén descubriendo que capitalizar el talento femenino es una necesidad y una ventaja competitiva en los negocios. Goleman (2007).

Las firmas que incluyen a las mujeres en su plantilla laboral de una forma más abierta en cierta forma son más innovadoras, amplían su visión, mejoran sus condiciones de trabajo y al final obtienen, mejores resultados y satisfacción, variables que los accionistas, empresarios y mercados de capitales valoran de manera positiva.

Es importante reconocer que las mujeres enfrentan retos de manera constante sin embargo suelen siempre dar un plus a sus actividades con la finalidad de obtener reconocimiento personal y profesional.

Las organizaciones actuales exitosas deberían reclutar a más talento femenino para que contribuya en la creación, implantación y reforzamiento de estrategias porque la diferencia sigue siendo sorprendente por lo cual se invita a la mujer a seguir preparándose para romper el paradigma clásico.

Qué aporta la mujer del siglo xxi con el nuevo liderazgo

Los atributos necesarios para ser un excelente líder son:

- Buena voluntad
- Confianza
- Formación
- Auto liderazgo
- Autoestima
- Comunicación
- Colaboración

Las mujeres aportan otros atributos que **SUMAN**, y hacen que su capacidad para el Liderazgo sea brillante:

- Intuición
- Coraje
- Conexión con la emoción
- Cambio de paradigmas

El papel de la organización en la generación de oportunidades para apoyar al liderazgo femenino

En la actualidad se puede ver incrementado el porcentaje de personal femenino en niveles operativos pero a medida que se escala en la jerarquía la cifra disminuye; es un dato alarmante ya que a la mujer no se le discrimina por su capacidad si no por los estereotipos

femeninos, los cuales suelen ser contrarios a los roles de liderazgo aceptados por la mayoría de las organizaciones. Es increíble encontrar factores que le obstruyan el crecimiento siendo en su totalidad ajenos a su capacidad pero que sin duda alguna perjudican su progreso. Para ello se recomienda a las organizaciones seguir reglas que permitan dar oportunidad a las mujeres de sobresalir en la entidad a su vez; destruir las barreras que le interpone la cultura, la sociedad la política incluso el seno familiar.

Para ayudar al sexo femenino se sugiere implementar en las empresas las siguientes reglas:

1. —Asegurarse de que se elimine cualquier forma de discriminación en la selección de personal.
2. Trabajar para conseguir un clima laboral que resulte integrador para hombres y mujeres.
3. Contribuir a rebajar la presión y los conflictos derivados de desigualdades entre sexos para así mejorar la motivación y la productividad del personal.
4. Tener en cuenta, de forma activa, las barreras de género y los enfoques tradicionales que pueden aparecer en el diseño de los puestos de trabajo y en las políticas institucionales, a menudo como resultado de la falta de concienciación.
5. Incorporar cambios en la movilidad horizontal y vertical tanto de los hombres como de las mujeres.
6. Promover la creación de escaleras de ascenso para aquellos puestos de Trabajo que topan con límites para su desarrollo.
7. Desarrollar modelos de tiempos flexibles aprovechando la libertad de las nuevas tecnologías, que garanticen la conciliación de la vida familiar, personal y laboral

8. Aprovechar la negociación colectiva para desarrollar planes de igualdad u otros instrumentos que mejoren la gestión de los recursos humanos de la empresa.
9. Incorporar medidas de acción positiva para asegurar que mujeres y hombres reciban el mismo sueldo cuando tienen el mismo nivel y ejercen las mismas funciones, evitando el encubrimiento que representan los complementos.
10. Utilizar un lenguaje y unas imágenes no sexistas. Escapa (2009)

Como se puede observar en cada inciso anterior se sugiere mantener una equidad constante, iniciando desde el reclutamiento de personal, ya que enfatiza la necesidad de eliminar la discriminación de sexo al elegir a la persona más competente para obtener un puesto dentro de la organización.

Para una organización es importante mantener a los trabajadores satisfechos cumpliendo sus necesidades básicas por ejemplo; es responsabilidad de la gerencia crear si no existen, fortalecer si son débiles y fomentar la práctica de normas que mantengan un clima organizacional agradable y equitativo, en el cual exista una comunicación eficiente en toda la pirámide, generar factores que motiven a los empleados a continuar superándose, de esta manera automáticamente surgirán nuevas oportunidades con base a un perfil profesional y no a un género ni mucho menos teniendo como fundamento paradigmas sociales y culturales que de hecho ya son antiguos.

Un empleado al que se le reconoce su colaboración, se le otorgan condiciones físicas agradables, se le brindan oportunidades de progreso salariales, de nivel jerárquico y posición social se sentirá más comprometido con la organización aportando un plus.

Un punto relevante es la flexibilidad de la organización para que la mujer desarrolle y administre los roles que le corresponden: el familiar, el laboral y el personal.

La organización debe ser justa y equitativa en la promoción, ascenso incluso en el salario considerando ante todo la capacidad y puesto; omitiendo ideologías obsoletas.

“La igualdad de género es un derecho humano fundamental, un valor comúnmente compartido y una condición necesaria para el logro de objetivos”. Marúm (2009)

Para entender más la latente necesidad de promover a la mujer en las áreas gerenciales y administrativas se retoman datos estadísticos que muestran la gran brecha diferencial entre el sexo masculino y el femenino.

“De las 500 empresas más grandes del mundo, solo el 1% son presididas por mujeres; en la Unión Europea la situación mejora un poco, pero el fenómeno es similar; los altos cargos gerenciales son ocupados por mujeres en un 11% y llegan a presidir las empresas solo un 4% Eagly&Carli (2007).

A nivel laboral, las condiciones de inequidad se manifiestan en menores ingresos para la mujer y menos oportunidades para ascender en la jerarquía organizacional, a pesar de su nivel de formación profesional Godoy & Maldini (2009); Lo anterior guarda relación con los salarios, pues de los ejecutivos mejor pagados en Estados Unidos apenas el 6% son mujeres y únicamente 2% llegan a ser presidentes ejecutivas. Pedraza Ortiz & Mejía Restrepo Ximena (2012)

Ya se concientizo con base a promover las oportunidades de la mujer; pero ahora resultar interesante, el analizar lo que ella puede reforzar para hacerla apta, para posicionarla en un puesto directivo.

“La presencia de las mujeres en la empresa ha supuesto una gran transformación, pero la entrada de mujeres en los puestos de dirección, una revolución”.

—En esta época de gran competitividad, la supervivencia se fundamenta, en buena medida, en encontrar ventajas competitivas sostenibles respecto a otras organizaciones y buena parte de los esfuerzos van dirigidos a los aspectos más cualitativos de la empresa. Se tiene el convencimiento de que el éxito de las organizaciones depende directamente del compromiso efectivo de las personas. Escapa (2009)

Mujeres vs hombres

Existen diferencias de carácter psicológico, biológico, social y cultural que influyen indudablemente en el comportamiento de hombres y mujeres.

Dadas las diferencias de cada género, estas ejercen algún tipo de influencia sobre las prácticas directivas. Desde esta perspectiva Eagly y Carli (2007) afirman que el rol de liderazgo masculino y femenino se diferencia en dos aspectos:

Tabla 1

COMUNAL (mujeres)	PODER (hombres)
Orientación a relaciones interpersonales.	Control.

Afectivas.	Agresividad.
Emocionales.	Dominación.
Sensibles.	Ambición.
	Individualismo.

De Los aspectos mencionados anteriormente (Tabla 1), se desglosan las diferentes actitudes que toman las mujeres y los hombres, al frente de un cargo gerencial, como se hace notar en la siguiente figura:



Pese a las diversas discrepancias en la forma de liderar de hombres y mujeres, Mintzberg (1983) menciona 3 funciones primordiales que los dos géneros deben desempeñar de igual manera:

1. Las funciones interpersonales:

- determinan los roles de portavoz o representante de la organización.
- Conductor, el tanto dirige y controla un grupo de subordinados
- Enlace, porque crea y mantiene relaciones con grupos externos a la Organización.

2. Las funciones informativas:

- Monitor, en la medida que identifica e interpreta las oportunidades y amenazas que el medio plantea a la organización.
- Difusor, porque hace circular la información por toda la organización.
- Portavoz o transmisor de información al mundo exterior respecto a la organización.

3. Las funciones de decisión:

- Empresario, planea y controla los cambios y emprende nuevos proyectos
- Gestor de conflictos, en tanto maneja y soluciona las crisis imprevistas
- Asignador de recursos
- Negociador: contrata y obtiene recursos, concierta negocios y gestiona frente a múltiples intereses.

Estadísticas nacionales

De acuerdo con información de INEGI

- El 19% de los emprendedores en México son mujeres.
- Sólo el 25% del talento femenino en México ocupa puestos de alta dirección.
- 7% si se trata de lugares en consejos de administración.

- 461,500 empleadoras.
- 4.3 millones más trabajan por cuenta propia.
- Lo que en conjunto representa el 26% del total de la población femenina ocupada.

Por su parte, la aceleradora de negocios Endeavor México apunta que:

- **19% de los emprendedores son mujeres.**
- y de ellas, más del 40% de cuenta con estudios de universitarios.
- El 25% posee una microempresa (1-10 trabajadores),
- El 60% una pequeña (11-30),
- 12% una mediana (31-100) y
- 3% una grande (101 en adelante).
- El género femenino sigue representando la minoría en la esfera política del país, en 2012:
- 33.6% de los senadores (128) fueron mujeres.
- en la Cámara de Diputados, el porcentaje era del 36.8% de 500.

A nivel educativo:

- más del 50% de los alumnos en bachillerato, licenciatura y posgrados, según la Secretaría de Educación Pública (SEP).

En lo familiar:

- uno de cada cuatro hogares son sostenidos por una mujer.
- El 70.5% cuenta con aporte de ingresos femeninos.

Conclusiones

- La actualidad demanda un liderazgo capaz de desarrollar tendencias que permitan a la organización dar pauta a una ventaja competitiva sobre las demás.
- El liderazgo femenino remonta su origen a la deficiencia de ingresos con respecto al gasto familiar lo que sugiere una nueva tendencia que implica que la mujer además de roles familiares y personales se involucre en los laborales.
- La mujer enfrenta retos que obstruyen su óptimo desempeño como:
 - Factores culturales, inequidad de género, discriminación inclusive problemas al solicitar crédito o préstamos.
 - Aunque aún no es muy bien aceptado el liderazgo femenino se distingue por ser más: competente, creativo, democrático, persuasivo, y promueve la comunicación en eje horizontal y vertical.
 - Las organizaciones que introduzcan a las mujeres en su toma de decisiones y en la generación de estrategias disponen de un panorama más amplio, mejores condiciones de trabajo y un plus de mejora continua.
 - Las organizaciones pueden promover la capacidad femenina, si desde el reclutamiento verifica los perfiles por capacidad y no por paradigmas

obsoletos, si crea en su personal una cultura de igualdad y proporciona a la mujer posibilidades de progresar.

Ejemplos de mujeres líderes en el mundo

- Ángela Merkel: canciller de Alemania, y considerada el año pasado (2012) como la mujer más poderosa del mundo por la revista Forbes.
- Dilma Rouseff: presidenta de Brasil;
- Meg Whitman: CEO de Hewlett Packard;
- Jill Abramson: editora ejecutiva de The New York Times.

Bibliografía

Escapa Garrachon, R., & Martinez Ten, I. (2009). *Estrategia de liderazgo para mujeres directivas*. Jo., Directiva, 18-19.

Marúm Espinoza (2009), *Liderazgo y equidad una perspectiva de genero*, Guadalajara Jalisco.

Mintzberg, H. (1983) -*La naturaleza del trabajo directivo*ll, Barcelona, 2001.

Bradich Florencia María, Portillo Ma. Liliana (2001) —*El liderazgo femenino existell*. Universidad de la Cema, Buenos Aires.

Nicolson. (1977) -*Poder, genero y organización*ll. Madrid, Narcea.

Pedraza Ortiz & Mejía Restrepo Ximena (2012) —*La mujer y el liderazgo empresariall*, ISSN: 1794-9998.

La capacidad dinámica de marketing como factor de competitividad en las medianas empresas de la industria manufacturera del estado de Hidalgo.

Claudia Ceron Mata

Instituto de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen

Globalización es la tendencia de los mercados y empresas para alcanzar una dimensión que sobre pase fronteras nacionales de acuerdo al Diccionario de la Lengua Española (2001). También llamada por diferentes autores mundialización, ha sido un proceso económico, social, político, tecnológico y cultural que ha afectado a diferentes países, trayendo consigo la nueva economía y generando cambios en los modelos de los negocios, abriendo puertas hacia nuevos mercados, forzando a las empresas a ofrecer productos y servicios innovadores para ser competitivas, obligándolas a formular estrategias indestructibles que estén latentes ante cualquier cambio en el mercado que aqueje a la empresa como son: tecnología, innovación, recursos humanos, materia prima, políticas económicas, diseño organizacional, y algunos otros como las capacidades dinámicas de mercadotecnia. Estas capacidades permitirán a la empresa llegar a su objetivo, buscando ventajas que las distinguan de los demás, teniendo conocimiento sobre los constantes cambios que presenta el consumidor y las variaciones que este tiene sobre las decisiones de compra al enfrentarse con la competencia, Weerawardena et al. (2007) citado en Blesa et al. (2009). La presente investigación está dirigida a estudiar las capacidades dinámicas de marketing en una mediana empresa industrial hidalguense como factor de competitividad. El estudio es descriptivo, correlacional, observacional y transversal.

Palabras clave: Competitividad, Capacidad Dinámica de Marketing, Globalización.

Introducción

La globalización trajo consigo nuevos mercados, mayores exigencias del consumidor afectando la economía de los países, ya que muchas empresas no estaban preparadas para este tipo de cambios y entre ella empieza a construirse una lucha por permanecer en el mercado por volverse competitivas, la industria resulto fuertemente afectada por las condiciones internas y externas, como lo es con China, uno de sus principales competidores que ofrecen productos y precios bajos con los que la industria nacional no puede rivalizar.

En el estado de Hidalgo que cuenta con 56 industrias medianas manufactureras de las cuales 5 pertenecen al sector manufacturero cerámico, ubicadas en diferentes municipios de acuerdo a SIEM (2010), estas industrias aportaron en el 2009 al PIB estatal el 29.70 % una de las principales estrategias para el apoyo a las medianas empresas, entre ellas la del sector industrial para tornarlas competitivas mediante diferentes factores como son:

- Tecnología
- Innovación
- Recursos humanos
- Diseño de la organización
- Capacidad dinámica de marketing

Teece et al. (1947:516) citado en Fang y Zou (2009) menciona que las capacidades dinámicas permitirán a la empresa poder configurar, integrar y construir competencias internas y externas para responder a los cambios que requiere el entorno y así ganar terreno

frente a la competencia, Wakabayashi (2007) menciona que el cliente es quien da la pauta para empezar un negocio, por eso es que es importante conocer el entorno.

Camisón (1997) citado en Fonseca (2007) menciona que el éxito competitivo se va a valer por la capacidad de la organización para tener una mezcla de gestión eficaz y recursos, así como el desarrollo de estrategias permanentes, para responder de manera eficaz ante los mercados dinámicos que se enfrentan.

Antecedentes

La globalización permitió la entrada de productos extranjeros, con ello inquietando la economía de los países ya que las organizaciones que se encontraban establecidas no contaban con las herramientas para enfrentar la transformación de los mercados y alteraciones de los deseos y necesidades de los consumidores, tanta disputa entre las empresas trajo consigo el término competitividad en el cual se ven inmersas las palabras crecimiento y éxito; Morales y Pech (2000) mencionan que la aplicación eficaz de los medios propios como recursos y capacidades de la empresa será un elemento clave para llegar a ella y permanecer en el mercado (Wakabayashi, 2007). La industria de cerámica resultó afectada tanto por condiciones externas como internas, la materia prima de otros países era más económica por lo tanto los productos extranjeros tenían costos menores, estas compañías extranjeras empezaban a ganar mercado y las nacionales a perderlo. Los directivos tomaron estrategias equivocadas, a consecuencia de esto los dueños se vieron obligados en vender sus compañías o en el peor de los casos se declararon en quiebra, la globalización no es otra cosa que adaptarse a la modernidad. Una de las principales estrategias del estado de Hidalgo es el apoyo a las medianas empresas, entre ellas del sector

industrial, para que se vuelvan competitivas mediante los diversos factores como son tecnología, innovación, recursos humanos, productividad, materia prima, políticas económicas, diseño de la organización, entre otros y la capacidad dinámica de marketing que permitirá ganar terreno frente a la competencia a través de la investigación de mercados, desarrollo de nuevas ideas, creación de productos y comportamiento del consumidor.

Las organizaciones necesitan diferentes estrategias para lograr el poder contrarrestar los efectos negativos de la globalización, Aydalot (1985) citado en Corona y Paunero (2011) plantean que se deben considerar las capacidades dinámicas de la empresa para la reacción inmediata junto con la cooperación de universidades y sus investigaciones. En suma, la globalización trajo consigo nuevos mercados, mayores exigencias del consumidor y tecnologías, modelos de negocios, movimientos culturales para experimentar cambios que pueden ser beneficiosos para las empresas de cerámica, solo depende de saber utilizar su capacidad de marketing y convertirlo en un elemento clave para ser más competitivo.

Las capacidades dinámicas de marketing permiten establecerse como tácticas que están latentes ante cualquier amenaza para la empresa, es decir de manera permanente ya que no solo son empleadas para una situación, si no que se utilizan para prevenir a la organización mediante sus propias competencias, por lo tanto se creará una ventaja competitiva que la diferenciara de sus oponentes dándole un lugar permanente en el mercado.

Capacidades dinámicas

En la actualidad los clientes están más informados acerca de los productos que hay en el mercado, las diferentes empresas se basan en las nuevas tendencias de competición para mantener su lugar en el mercado; en base a esto es necesario que la organización establezca tácticas para superar a la competencia y tener la información del mercado meta para poder satisfacer a los clientes y atraer nuevos, Bravo et al. (2010) menciona que mediante la teoría de capacidades y recursos dinámicos es posible formular estrategias y alianzas, creación de nuevos productos, siguiendo la misma línea, Rodríguez et al. (2011) propone el uso de estas para tener constante cambio adaptándose a los mercados además de volverse parte de la rutina de la organización para crear mejores resultados y Yung-Ching, and Tsui-Hsu (2006) señalan que estas son necesarias para la transformación del negocio y para identificar las capacidades propias de ella (Wilden et al., 2007).

Estas capacidades se dividen en tres categorías:

- Entorno
- Creatividad e innovación
- Reconfiguración

La empresa no se mantiene sola, sino que hay varios factores que la rodean y pueden afectarla de manera positiva o negativa, entre los que se pueden encontrar son: la competencia, el clima, la tecnología, mercado laboral, economía, proveedores, clientes, ya sea de manera general o específica, a esto se le conoce como entorno (Empresa e Iniciativa Emprendedora, 2011).

El entorno específico son todos los factores que afectan de manera directa como:

- Clientes.
- Proveedores.
- Competidores.
- Mercado laboral.
- Entidades financieras.

El entorno general afecta pero no de manera directa y es más difícil de controlarlo, los factores que intervienen son:

- Económico
- Tecnológico
- Demográficos
- Socioculturales
- Medioambientales

Eisenhardt y Martin (2000) y Teng y Cummings (2002) citados en Bravo et al. (2010) describen dos diferentes dinámicos llamados estratégico y de mercado, el dinamismo estratégico se refiere a que la empresa tenga estructuras estratégicas para poder innovar con productos nuevos como parte de cultura y no como respuesta al cambio del mercado, el dinamismo del mercado hace ineludible desarrollar capacidades que evolucionen, lo cual se puede apreciar en la Figura 1.

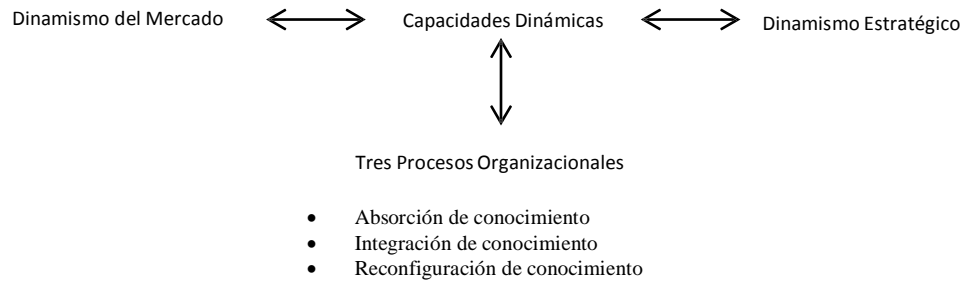


Figura 1 Modelo Conceptual de las Capacidades Dinámicas

Fuente: Bravo et al. (2010)

Capacidades dinámicas de marketing

Teece et al. (1997: 516) citado en Fang y Zou (2009) las define como la habilidad de integrar, construir y reconfigurar competencias tanto internas como externas cuya finalidad sea responder de manera rápida a los cambios del entorno de los mercados globalizados. La estrategia de marketing se convierte en dinámica ya que esta debe de estar orientada a largo plazo para que pueda ser sostenible en los mercados cambiantes, además de generar valor al cliente, de acuerdo a Day (1994); Narver y Slater (1990); Srivastava, ShervaniandFahey (1999); Srivastava, Fahey y Christensen (2001) citados en Sihvonen et al. (2010) pues el uso de las capacidades dinámicas permite el éxito de las empresas ya que se mantiene en constante actualización y como se basan en los recursos propios de la empresa será difícil de que algún rival las iguale Amit y Schoemaker (1993), Mahoney y Pandian (1992) citados en Fang y Zou (2009).

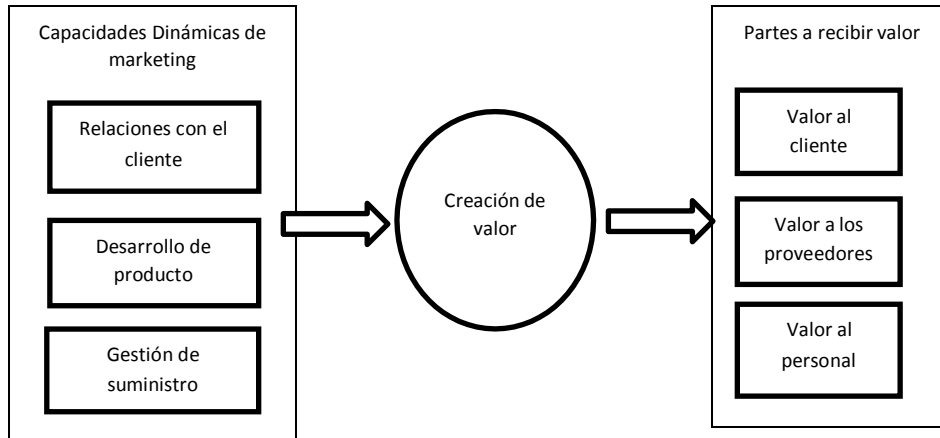


Figura 2. Capacidades Dinámicas de Marketing y el valor que otorgan

Fuente: Hui y Wen, s. f.

De acuerdo a Srivastava et al. (1999; 2001) citado en Sihvonen et al. (2010) habla de que las capacidades dinámicas de marketing deben ser utilizadas en tres procesos para la organización, los cuales son: gestión de desarrollo del producto, gestión de suministro y gestión en las relaciones con el cliente. Así es como estas capacidades deben de establecerse en toda la organización para que puedan crearle una ventaja superior con referencia a la competencia, por lo que es necesario empezar desde dentro de la organización conociendo sus fuerzas y debilidades de la industria, estableciendo objetivos, misión, visión, entre otros puntos elementales que permitan que estas capacidades actúen de manera correcta lo cual se demostrara siendo competitiva (Fang y Zou, 2009).

De acuerdo a Teece et al. (1997) citado en Morgan et al. (2009) menciona que si las capacidades dinámicas de marketing son aplicadas a la organización para la creación de estrategias y se utilizan sus recursos, seguramente estos se transformaran para darle un nuevo valor.

En la Figura 2 se puede observar el proceso de capacidades dinámicas de marketing y el valor que estas otorgan a las diferentes partes interesadas (Hui y Wen, s. f.).

Competitividad

La Competitividad es definida como un conjunto de esfuerzos sistematizados cuyo objetivo es mantener a la empresa en un entorno tan cambiante. Fernández (1995) citado en Martínez et al. (2010) Menciona que el comportamiento de las organizaciones debido a la competitividad se ha dejado a un lado porque las investigaciones se han centrado en grandes escalas como por ejemplo los países. Para este estudio se adaptará la competitividad para medianas empresas del ramo cerámico.

Camisón (1997) citado en Fonseca (2007), señala que el éxito competitivo es brindado por la capacidad de una empresa la cual debe tener una mezcla de gestión eficaz y recursos así como el desarrollo de estrategias que creen permanencia en el mercado además de beneficiar con logros económicos superiores sin tener que llegar a buscar factores de producción bajos.

Modelos

La competitividad ha sido un tema bastante controversial, IMCO (2011) menciona que esta permite atraer y retener inversión y talento, por eso es que algunos autores opinan que depende de las políticas del país, algunos que es de los medios propios de la empresa y otros que son ambos; sin embargo no existe una clasificación general de los factores que intervienen, ni la forma de cómo medirla (Venkatraman y Ramanujan, 1986; Hitt, 1988; Camisón, 1999; Dorronsoro et al. 2001) citado en Martínez et al. (2010) pero todos

coinciden que gracias a este fenómeno muchas empresas, pueden soportar los cambios del mercado y diferenciarse de sus competidores, Castro (2010). En la tabla 1. Indicadores de Competitividad Empresarial, se muestran factores que se han tomado en cuenta para diversos modelos de competitividad.

Tabla1. Indicadores de Competitividad Empresarial

Indicador/ autor	Rubio y Aragón. (2006)	De la cruz, Morales y Carrasco. (2006)	Solleiro y Castañon (2005)	OCDE (1992)	Quiroga (2003)
Indicadores externos			X		X
Tecnología	X	X	X		X
Capacidad de MKT	X	X	X	X	
Recursos Humanos	X	X	X	X	X
Capacidades Directivas	X				X
Recursos Financieros		X	X		X
Cultura	X				
Calidad	X		X		X
Producción		X		X	X
Logística	X				
Organización Interna			X		X
Compras			X	X	X
Investigación y Desarrollo	X		X	X	X
Interacción con Proveedores y clientes				X	

Fuente: Saavedra (2012)

La teoría de la organización industrial establece que los grupos estratégicos son aquellos que se organizan como empresas del sector industrial con conductas similares, los cluster

mencionados por Porter (1995) citado en Hernández et al. (2005); de acuerdo a sus valores, tecnologías, objetivos, innovación entre otros se unen, y teniendo en cuenta estos elementos es más fácil de enfocarse al mercado para la creación de ventajas absolutas.

Las medianas empresas del ramo industrial cerámico han servido como una buena opción para sobrellevar el desempleo, demostrando ser la principal fuente de este además de contribuir para la obtención de un ingreso extra para las familias, y si estas llegan a ser exitosas, uno de sus objetivos primordiales es el ser un sustento para generaciones venideras; sin embargo muchas de ellas no llegan a evolucionar, debido a que no saben explotar sus estrategias de mercadotecnia tal cual lo dice Drucker (1973) en Luna (2007) —*todos los elementos de marketing deben interactuar de forma uniforme con la finalidad de obtener una ventaja competitiva para el soporte de los cambios del mercado globalizado*ll.

El estado de Hidalgo cuenta con medianas empresas pertenecientes a la industria cerámica sin embargo las compañías se ha caracterizado por no saber cómo actuar ante la globalización ya que desconocen a los clientes y por lo tanto el producto no está enfocado a las necesidades de estos, por mencionar algunas actividades que les corresponden a su departamento de mercadotecnia, actualmente dentro de sus principales tácticas para mejorar su situación es el apoyo a las medianas empresas de cerámica, estas son consideradas la columna vertebral para lograr una economía competitiva y estable. Estas organizaciones originan una lucha entre ellas para la permanencia en el mercado, Corona y Paunero (2011) se refieren a la utilización de la innovación entendiéndola como nuevos productos, procesos, materias primas, formas de organización y nuevos mercados, que dentro de los indicadores de competitividad se enfocan a las capacidades dinámicas de mercadotecnia.

Planteamiento del problema

Actualmente la industria es de suma importancia ya que el 14.4% de las empresas manufactureras cuentan con personal calificado y generan el 45.2% del valor agregado, por eso es que Parral (2013) apoya la idea de un desarrollo industrial que se base en productividad y competitividad, ya que la globalización abrió brecha para muchas empresas, trayendo consigo la diversificación en los productos que se ofrecen y las estrategias utilizadas para llegar a los diferentes segmentos de mercado, por lo que en la actualidad el cliente tiene muchas más opciones de a quién comprar o qué comprar, en los resultados de la encuesta entorno 2010 se deduce que el 20% de las empresas industriales indican que la mercadotecnia es uno de sus principales problemas (Alto nivel, 2011)

Dentro de los sectores más afectados se encuentra la cerámica, Canfield en Chavarría (2011) sostiene que a pesar de que existe tradición por está no se ha podido tener un desarrollo a nivel industrial, la cual bajo la expectativa de crecimiento al 1% por crisis económica como lo menciona Almeida (2013) citado en Romero (2013) y la entrada de otros productos a México con bajos costos hace que la industria manufacturera y en especial el sector cerámica se encuentre amenazada (Chavarría, 2011), generando esfuerzos por captar mercados y obtener mayor número de clientes, ya que un error grave en las pymes es que se desconoce la competencia, no saben las estrategias de marketing que se pueden aplicar para saber cuándo sacar una oferta, o por que las ventas han decaído (SAP, 2012). En el estudio realizado por Maldonado et al. (2009) señala que aquellas empresas que implementan innovación en cuanto a sus productos, serán capaces de satisfacer a sus clientes y ajustarse a sus necesidades elevando su rentabilidad.

De acuerdo a lo establecido en el Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016, emitido por el Gobierno del estado de Hidalgo, se menciona la importancia que tiene las compañías industriales y su competitividad, Porter (1987) hace énfasis en que la competitividad de una nación depende de la capacidad de sus industrias para desarrollar una ventaja competitiva (La competitividad internacional, s.f.), a lo que Browenell (1995:101) citado en Rodríguez et al. (2010) señala que la industria requiere de organizaciones con estrategias ineludibles para la supervivencia a la globalización, en otras palabras es tornarse más competitivas. En este mundo estratégico y comercial las empresas de sector cerámica tienen el compromiso de adaptarse a él, pues de lo contrario se verán en la situación de cesar sus actividades comerciales y dentro de las estrategias que deben utilizar es una fuerte política de marketing para una posición de liderazgo según Genel y Minichelli (2006).

Con base a lo anterior, se pretende dar respuesta a la siguiente pregunta de investigación:
¿Cuáles son las capacidades dinámicas de marketing que impactan de manera positiva en la competitividad de las medianas empresas Hidalguenses del ramo industrial cerámica?

Objetivo General

Identificar las capacidades dinámicas de marketing que impactan positivamente la competitividad en las medianas empresas hidalguenses del ramo de cerámica, a efecto de establecer estrategias de mejora.

Metodología

Tipo, Nivel y Diseño

La presente investigación es en principio cualitativa, ya que se trata de una metodología para un estudio de caso, no obstante también se utilizarán instrumentos cuantitativos de medición complementarios. Así mismo, es descriptiva, correlacional, observacional y transversal.

Población y Muestra

La población se encuentra en el sector industrial manufacturero del estado de Hidalgo al que le corresponden 56 compañías, de las cuales 5 pertenecen al subsector de fabricación de productos a base de minerales no metálicos, ubicadas en diferentes municipios de acuerdo a SIEM (2010), la muestra será una organización que se dedique de la fabricación y comercialización de muebles de baño y cerámica, siendo mediana empresa ya que cuenta con más de 51 empleados pero menos de 250 y se localiza en el estado de Hidalgo a la cual se aplicara el instrumento, pero solo será contestado por su gerente de ventas y jefe de marketing de la empresa.

Conclusiones preliminares

De acuerdo con los teóricos e investigaciones realizadas se encontraron evidencias de que la capacidad dinámica de marketing está asociada con la competitividad de las empresas mediante la utilización de sus recursos propios, sin embargo no han sido suficientes estudios, tal cual lo sugiere Leiblein y Reuer (2004) citado en Blesa et al (2009) que habla

acerca de los trabajos existentes relacionados con el tema de competitividad se centran más por las capacidades técnicas dejando a un lado las capacidades de marketing.

Es importante realizar investigaciones como la presente porque nos permite entender los cambios significativos durante la globalización que trajeron consigo el término competitividad lo cual abre un puente entre el producto-vetas-cliente final manteniendo la capacidad de marketing como ventaja competitiva. Aragón y Rubio (2005) sugieren que las empresas que están enfocadas a generar valor a sus clientes serán más competitivas en relación a las que no lo están.

Toda aquella empresa que desee ser competitiva deberá implementar estrategias orientadas al cliente final. El factor capacidad de marketing permite ese enfoque que se requiere.

Bibliografía

IPyMEs del Estado de Veracruz. *Revista Contabilidad y Administración*, 216. 35-69.

Altonivel (2011). Los mayores problemas de las empresas. Consultado el día 10 de agosto de 2014, desde <http://www.altonivel.com.mx/6370-problemas-empresas.html>

Blesa, A., Ripollés, M. y Monferrer, D. (2009). Influencia de las capacidades de marketing en la competitividad de las nuevas empresas internacionales. *Investigaciones económicas*, 2, 233-270.

Bravo, E., Mundet, J. y Suñe, A. (2010). Un nuevo enfoque para el estudio de la teoría de las capacidades dinámicas. Extraído el día 8 de Agosto de 2013. http://upcommons.upc.edu/eprints/bitstream/2117/2985/1/comunicacioncio_publicacion2R.pdf.

Camacho, E. (2012, 23 de mayo). Baños ecológicos se ponen de moda. *Manufactura*. Consultado el 23 de mayo de 2014 desde

<http://www.manufactura.mx/industria/2012/05/23/los-banos-ecologicos-se-ponen-de-moda>

- Carreto, J. y Jasso, J. (2010). El capital social e intelectual. Una comparación entre la industria cerámica de Italia y el gremio de la talavera en Puebla, México. Artículo presentado en el XV congreso internacional de contaduría, administración e informática. Asociación nacional de facultades y escuelas de contaduría y administración. México, Df.
- Castro, E. (2010). *Las estrategias Competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas*. Extraído el 8 de Agosto de 2013 desde <http://www.latindex.ucr.ac.cr/econ-28-1/economia-28-1-12.pdf>
- Chavarría, E. (2011, 9 de diciembre). Industria cerámica espera aguinaldos. Cnn expansión. Consultado el 27 de marzo de 2014 desde <http://www.cnnexpansion.com/manufactura/2011/12/09/industria-ceramica-espera-aguinaldos>
- Corona, T., L. y Paunero, A., X. (2011). Sistemas productivos locales en México y España, sus estrategias de desarrollo ante la crisis: innovación empresarial y cambio territorial. Avances de investigación. Extraído el 15 de febrero de 2014 desde <http://www.fundacioncarolina.es/es-ES/publicaciones/avancesinvestigacion/Documents/AI60.pdf>
- Empresa E Iniciativa Emprendedora (2011). España. Edebé.
- Fajardo, J. (1999). Re transcrito del Manifiesto del Partido Comunista 1848. Extraído el 10 de Agosto de 2013. <http://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/48-manif.htm>
- Fang, E. y Zou, S. (2009) Antecedents and consequences of marketing dynamic capabilities in international joint ventures, *Journal of International Business Studies*, 40, 742–761.
- Fonseca, K. (2007). *Los recursos tangibles, intangibles y las capacidades como factores explicativos de la competitividad empresarias de las MiPyMEs del sector Industria de Nicaragua*. Tesis doctoral, Universidad Católica de Honduras.
- Genel, R. F. y Minichelli, D. (2006). Tendencias y problemas de la industria cerámica italiana. *Qualicer* (77-86). Castellón, España.

- Hernández, F., Flores, O. e Isaac, F. (2005). Propuesta de un modelo integral de competitividad económica para las empresas del municipio de Nuevo Laredo. *Innovaciones de Negocios* 2(1): 67-81.
- Hui, X. y Wen, L. (s. f.) Analysis on Impact of Marketing Dynamic Capabilities‘ Against the Value of Stakeholders, A Case Study Based on Huawei, Nankai University, Tianjin.
- IMCO, Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. Índice de Competitividad Internacional 2011. Más allá de los Brics, México, Brasil, Rusia, India y China.
- La competitividad internacional de las naciones: Fundamentos teóricos (s.f.). Extraído el 17 de Octubre de 2013 desde <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/rrr/1.pdf>.
- Luna. S. (2007). *El E-Marketing como Herramienta Tecnológica para mejorar la Competitividad de la PyME en México*. Tesis de Maestría. Instituto Politécnico Nacional.
- Maldonado, G., Madrid, A., Martínez, M. y Aguilera, L. (2009, Enero). Los Efectos de la Innovación en el Rendimiento de las MiPyMEs de Aguascalientes: una evidencia empírica. *Estudios gerenciales*, (28). Extraído el 13 de Septiembre de 2012 desde http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1158/html.
- Martínez, R., Charterina, J., y Araujo, A. (2010, Mayo). Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la vbr: capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 2, 165-188
- Monferrer, T. (2011) La orientación al mercado de la red como determinante de la competitividad de las nuevas empresas internacionales. El efecto mediador de las capacidades dinámicas. Universitat Jaume I, Castellón de la Plana
- Morgan, N., Vorhies, D. and Manson, C. (2009).Market orientation, marketing capabilities, and firm performance, *Strategic Management Journal*.30, 909–920.
- Parral, G. (2013). México, bajo la sombra de la desaceleración industrial. Consultado el día XXX de 2014, desde <http://www.altonivel.com.mx/39178-mexico-bajo-la-sombra-de-la-desaceleracion-industrial.html>
- Plan Estatal de Desarrollo emitido por Gobierno del Estado de Hidalgo eje dos 2011-2016.

- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española* (22ª ed.). Consultado en <http://www.rae.es/>
- Rodríguez, A., Bañuelos, K., Rubio, B y Chávez, J. (2010). *Factores Internos que Afectan a la Competitividad en las Empresas de la zona sur de Tamaulipas*. *Revista de la Ingeniería Industrial*, Academia Journals.com, 4.
- Rodríguez, M., Ruiz, C. y Mar, E. (2011). *Las empresas Born Global: un enfoque de capacidades dinámicas*. *Revista Internacional de la Pequeña y Mediana Empresa*.
- Romero, D. (2013). Se estrella industria cerámica tras crisis económica. Grupo en concreto. Consultado el 27 de marzo de 2014 desde <http://grupoenconcreto.com/2013/10/se-estrella-industria-ceramica-tras-crisis-economica/>
- Saavedra, G. (2012). *Hacia la Competitividad de la PYME Latinoamericana*. Macro proyectó de Investigación.
- SAP (2012) 8 problemas comunes en las pymes y como resolverlos. Documento obtenido el 10 de agosto de 2014 desde <http://www.engenium.com.mx/8-problemas-comunes-en-las-p>
- Sihvonen, A., Hietanen, J., Salo, J. y Koivisto, E. (2010). Documento obtenido el 20 de Octubre de 2013 desde <http://anzmac2010.org/proceedings/pdf/anzmac10Final00218.pdf>
- Sistema de Información Empresarial Mexicana (2010). SIEM, Artículo consultado el 22 de agosto del 2013 <http://www.siem.gob.mx/siem/estadisticas/muntamanoPublico.asp?qedo=13&tam=3&p=1>
- Wakabayashi, J. (2007). *Los clientes estratégicos como derivación de la ventaja competitiva y del marketing: Un modelo exploratorio de confluencia*. Lima, Universidad ESAN.
- Wilden, R., Gudergan, S. y Lings, I. (2007) *Dynamic Capabilities and Organisational Performance*. Extraído el 24 de Octubre de 2013. <http://epress.lib.uts.edu.au/research/bitstream/handle/10453/3131/2006010085.pdf?sequence=1>.

Diferencias de rendimiento según el género en la enseñanza secundaria obligatoria (eso) en Galicia (España) analizadas a través del premio extraordinario de la ESO

Francisco Jesús Ferreiro Seoane
Universidad de Santiago de Compostela. España

Daniel Álvarez Rojo
Universidad de A Coruña. España

Resumen

La educación es uno de los pilares básicos sobre los que se sustenta el desarrollo económico y social de cualquier país. Para evaluar el rendimiento de los estudiantes e incentivar la excelencia, los gobiernos autonómicos establecen una serie de premios para los distintos niveles educativos. Uno de esos premios es el extraordinario de la ESO. En este artículo se analizan los resultados obtenidos por los alumnos presentados analizando si el rendimiento en estas pruebas es diferente según el género.

Para comprobar el cumplimiento de las hipótesis se ha utilizado el método de comparación a través de muestras independientes, con la prueba de Levene.

PALABRAS CLAVE: Premio extraordinario, Galicia, género.

Introducción

Existe la necesidad de modernizar el actual sistema educativo existente en España, caracterizado por los continuos cambios que no permiten lograr un nivel de calidad educativo satisfactorio para los estudiantes que cursan la Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO). Para medir el rendimiento de los estudiantes, los gobiernos autonómicos establecen una serie de premios.

Teniendo esto en cuenta se realiza una aproximación a los principales estudios y se analiza qué datos se corroboran o refutan en una muestra con características muy específicas. Cerezo y Casanova (2004) encontraron en su estudio centrado en la motivación académica en la ESO que las chicas obtienen mejores calificaciones en lenguaje, mientras que en matemáticas no encontraron diferencias significativas.

Broc (2006) también estudió la motivación y el rendimiento académico. En esta línea Inglés et al. (2012) se centran en investigar a qué atribuyen los éxitos y fracasos académicos las chicas y los chicos de la ESO, y concluyen que mientras ellas consideran que los éxitos académicos se deben al esfuerzo, ellos lo atribuyen a la capacidad, y en relación a los fracasos los chicos señalan que es debido a la falta de esfuerzo.

También existen estudios realizados por organismos oficiales. Uno de estos estudios es el realizado por la Consellería de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria de la Comunidad Autónoma de Galicia (Xunta de Galicia, 2012c), la cual valoró a más de 45.000 escolares de 1.098 centros mediante la llamada —Avaliación de Diagnóstico en la que se analizaron, entre otras, las diferencias en el desempeño matemático y lingüístico. Concluyó que en Educación Secundaria las estudiantes están por delante en el ámbito lingüístico, mientras que ellos mostraron mejores atribuciones en matemáticas. En este sentido coinciden otros estudios, como el realizado por el gobierno de Aragón (2012). Sin embargo el MECD (2012) discrepa de los informes anteriores al indicar que las mujeres obtienen tasas de rendimiento mayores que los hombres en todas las disciplinas y en todos los niveles.

En el presente estudio se analiza las diferencias de rendimiento, por género, del alumnado con mejores calificaciones del sistema educativo Gallego a través de sus resultados en los exámenes diseñados para optar a los premios extraordinarios de la ESO concedidos por la Xunta de Galicia durante el periodo 2008-12.

La Enseñanza Secundaria Obligatoria en España

El sistema educativo en España se regula por la Ley Orgánica de Educación (2006) (aunque se encuentra en marcha la propuesta de modificación de la misma, a través de la Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa). La LOE entró en vigencia en el curso 2007/2008.

Cuando se habla de educación siempre conviene hacer referencia al principio de la igualdad de oportunidades, refiriéndonos a ella como la garantía de que los estudiantes, con independencia de su punto de partida, pueden alcanzar resultados semejantes. También es importante hacer referencia a la equidad y a la diversidad de posibilidades en la acción educativa, de acuerdo con Marchesi y Martín (1998). Y además, coincidimos con Pascual (2006) en que la educación debe ser accesible a toda la ciudadanía de forma justa e igualitaria.

De acuerdo con la ley actual, la educación básica española está constituida por la educación primaria y la educación secundaria obligatoria (ESO), que van desde los 6 a los 16 años. El objetivo de la Educación Secundaria Obligatoria, según el artículo 22 de la Ley de Calidad de Educación (2002) es: —transmitir a los alumnos los elementos básicos de la cultura, especialmente en sus aspectos científico, tecnológico y humanístico; afianzar en ellos hábitos de estudio y trabajo que favorezcan el aprendizaje autónomo y el desarrollo de sus

capacidades; formarlos para que asuman sus deberes y ejerzan sus derechos y prepararlos para su incorporación a estudios posteriores y para su inserción laboral.

La aproximación a las comparativas de género del desempeño del estudiantado han sido abordadas por varios autores a través de diversos enfoques (Inglés et al., 2011), llegando a conclusiones dispares.

Los premios extraordinarios de la ESO en Galicia (España)

Los premios extraordinarios de la ESO al rendimiento académico son convocados por la Consellería de Educación de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria (Xunta de Galicia, 2012a) para dar reconocimiento público. Cada año se conceden hasta un máximo de 20 premios extraordinarios, con una dotación económica de 750€ cada uno. Además de esa cantidad, cada uno de los discentes que obtenga uno de esos premios recibirá un diploma acreditativo y el/la secretario/a del centro público donde esté depositado el expediente académico le anotará en él la distinción. Para poder optar al premio extraordinario es necesario:

- Tener cursado cuarto curso de educación secundaria obligatoria en cualquiera de los centros de la Comunidad Autónoma de Galicia.
- Estar propuesto por el equipo docente para la expedición del título de graduado en educación secundaria.
- La media de las calificaciones de las personas solicitantes debe ser igual o superior al sobresaliente, excluyendo el área de religión y las materias validadas o exentas.

Los aspirantes a los premios extraordinarios al rendimiento académico deberán realizar una prueba estructurada en dos partes, con un tiempo máximo de dos horas cada una de ellas.

La primera parte constará de diversas cuestiones referidas a las materias de lengua gallega y literatura, lengua castellana y literatura y primera lengua extranjera, excepto en el caso de alumnado con exención en lengua gallega y literatura.

En la segunda parte, el alumnado dará respuesta a las materias de ciencias sociales, geografía e historia, matemáticas y una a escoger entre biología y geología, educación plástica y visual, física y química, latín, música y tecnología.

Para poder aspirar al premio se debe tener, al menos, cinco puntos en cada una de las asignaturas de la prueba, que se calificará entre 1 y 10 puntos con un decimal. El resultado de cada parte se obtendrá mediante la suma de las calificaciones de las asignaturas que la componen.

Análisis de resultados en función al género

Tal y como se ha mencionado, para poder presentarse a la prueba el alumnado debe tener una nota media de sobresaliente. En el curso 2011-2012 había matriculados en la ESO unos 86.700 estudiantes, lo que permite estimar que en el cuarto curso, estarían matriculados casi 21.700. Ese mismo año se matricularon 349 discentes (Xunta de Galicia, 2012b) al premio extraordinario de la ESO, lo que significa que por lo menos el 1,6% del estudiantado matriculado en el último curso de la ESO ha tenido una calificación de sobresaliente (es necesario señalar que dado el carácter opcional de esta prueba, no concurre la totalidad de

la población con media superior a 9. De las 349 personas matriculadas se han presentado al examen 323 y han obtenido el premio 20, lo que significa que 9 de cada 10.000 estudiantes son ganadores del premio, o también que los ganadores representan el 5,7% de los que tienen un expediente superior a sobresaliente, y se presentaron a la prueba, en los cuatro cursos de la Enseñanza Secundaria Obligatoria.

El objetivo es analizar los resultados obtenidos por el alumnado presentado al premio extraordinario de la ESO a través de la comparación por género a partir de la formulación de 12 hipótesis referidas a cada asignatura objeto de examen.

La muestra representa a la totalidad del alumnado que se presentó a esta prueba para el período 2008-2012¹, puesto que se considera que esta muestra es suficiente para poder estudiar el rendimiento por género, pues corresponden a 1.212 estudiantes, de los cuales 461 son hombres (37,2%) y 751 mujeres (62,8%).

Tabla 1. Hipótesis formuladas

H.1	Existen diferencias significativas en las notas medias generales en función del género.
H.2	Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Extranjera ² en función del género.
H.3	Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Castellana en función del género.
H.4	Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Gallega en función del género.
H.5	Existen diferencias significativas en la nota media de Ciencias Sociales y Geografía e Historia (CSGH) según el género.
H.6	Existen diferencias significativas en la nota media de Matemáticas en función del género.

¹ La Consellería de Cultura no ha podido facilitar los datos de las pruebas optativas que correspondían al curso 2009/10.

² Se podría considerar que es de inglés, pero existen discentes que se han decantado por el idioma francés.

H.7	Existen diferencias significativas en la nota media de Biología y Geología en función del género.
H.8	Existen diferencias significativas en la nota media de Física y Química en función del género.
H. 9	Existen diferencias significativas en la nota media de Latín en función del género.
H.10	Existen diferencias significativas en la nota media de Educación Plástica en función del género.
H.11	Existen diferencias significativas en la nota media de Música en función del género.
H.12	Existen diferencias significativas en la nota media de Tecnología en función del género.

Fuente: Elaboración propia

Para verificar el cumplimiento de las hipótesis se utiliza el paquete estadístico SPSS Versión 21.0.0.0. Mediante el cálculo de la media, desviación típica y la prueba de muestras independientes se lleva a cabo el análisis de los datos.

Primera hipótesis -Existen diferencias significativas en las notas medias generales en función del género, la cual se ampara en el informe del MECD (2012), que señala que las mujeres obtienen mayores resultados que los hombres en todas las disciplinas y en todos los niveles. No se puede olvidar que el 62,8 % de la muestra son mujeres, este dato en sí mismo ya indica que hay mayor número de mujeres que tiene una media de sobresaliente en toda la ESO y es de esperar ocurra lo mismo en las pruebas del Premio Extraordinario al Rendimiento de la ESO.

Antes de analizar el cumplimiento de la primera hipótesis es necesario destacar que las notas en general no son elevadas (Tabla 2). No se alcanza en ningún año la nota de bien, y además en el curso 2010/11 el promedio de nota del género femenino está por debajo del aprobado, aspecto relevante al tratarse de jóvenes con una media mínima de sobresaliente en todos los cursos que conforman la ESO. Las causas por las que se produce pueden ser

varias: la falta de motivación a pesar de reflejar dicho logro en el expediente del estudiante o a remuneración de 750€ brutos³ o la exigencia de los exámenes, además el que se hagan en octubre una vez pasado el verano y empezado el curso siguiente, puede hacer que algunos estudiantes se presenten sin apenas prepararlo.

Tabla 2. Notas medias de los exámenes clasificados por género (2008-12)

	Presentados	L. Extranjera	L. Castellana	L. Gallega	CSG H	Matemáticas	Optativa	General
2008/09	337	7,72	5,91	6,55	4,35	5,48	4,59	5,77
H	120	7,71	5,88	6,61	4,39	6,49	4,55	5,94
M	217	7,73	5,92	6,52	4,33	4,92	4,62	5,67
2009/10	344	7,82	4,63	5,64	5,43	3,58	4,87	5,33
H	125	7,88	4,95	5,90	5,84	4,72	5,50	5,80
M	219	7,79	4,44	5,49	5,19	2,93	4,50	5,06
2010/11	208	7,42	5,50	4,94	5,24	3,20	4,49	5,13
H	91	7,48	5,61	5,09	5,53	4,10	4,85	5,44
M	117	7,37	5,41	4,82	5,02	2,50	4,20	4,89
2011/12	323	7,85	6,06	5,69	3,68	4,72	3,67	5,27
H	115	8,02	6,49	5,85	4,09	5,52	3,75	5,61
M	208	7,76	5,82	5,60	3,45	4,27	3,62	5,08
Total general	1212	7,73	5,51	5,78	4,63	4,35	4,41	5,40
H	451	7,79	5,72	5,91	4,95	5,27	4,67	5,72
M	761	7,70	5,39	5,71	4,44	3,80	4,25	5,22

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por la Consellería de Cultura (Xunta de Galicia)

³ A los estudiantes ganadores se les ha retenido el 21 % en concepto de Impuesto de la Renta de las Personas Físicas.

Estudiando los resultados de la hipótesis, se puede observar (Tabla 3) la tendencia positiva a favor del género masculino, siendo el promedio de notas para el período considerado (2008-2012) superior en 0,51 puntos a favor de ellos.

Llama la atención que siendo más mujeres las que presentan al examen, el 60 % de los que ganaron el premio eran chicos, con una nota promedio general de 7,65 frente al 7,46 de ellas.

Tabla 3. Diferencias de notas medias por género para el período 2008-12

	L Extranjera	L Castellana	L. Gallega	CSG H	Matemáticas	Optativa	General
2008/09	-0,02	-0,05	0,08	0,06	1,57	-0,06	0,26
2009/10	0,09	0,51	0,41	0,66	1,79	1,00	0,74
2010/11	0,12	0,21	0,27	0,51	1,60	0,65	0,56
2011/12	0,27	0,67	0,25	0,65	1,25	0,13	0,52
General	0,09	0,33	0,20	0,51	1,47	0,42	0,51

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por la Consellería de Cultura (Xunta de Galicia)

Para verificar el cumplimiento de la primera hipótesis se ha de utilizar el método de comparar a través de muestras independientes, obtener su media, analizar si se puede asumir o no las varianzas iguales y ver la significatividad. En los anexos, al tener una F con un Sig.>0,05, se asume que las varianzas son iguales, por lo que debemos analizar la Sig. (bilateral) que con una p=0,000, nos indica que tiene relevancia estadística y se cumple la hipótesis a favor de ellos.

Segunda hipótesis -Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Extranjera en función del género. Según MacCoby y Jacklin (1974) y ratificado por Corpas (2010 y 2013), ellas tienen una evidente superioridad para las aptitudes verbales, mientras que el ámbito matemático ocurre la tendencia contraria. Esta investigación fue corroborada posteriormente en diferentes por Backhoff et al. (2010); Cervini y Dari (2009); Gaviria et al. (2004); Gipps y Murphy (1994) y Studenska (2011).

Se debe resaltar los buenos resultados de la materia a lo largo de los años estudiados. Con resultados muy homogéneos tal y como muestra la desviación típica. Investigando los motivos de estos buenos resultados, se puede destacar que existe una gran preocupación en las familias por el aprendizaje de los idiomas.

Para verificar el cumplimiento de la hipótesis anterior y observando los anexos se asume varianzas iguales (F tiene una $\text{Sig.}=0,049$), que indican que no son diferencias significativas, lo que conlleva el incumplimiento de la hipótesis 2.

Tercera hipótesis -Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Castellana en función del género. Según el análisis realizado por Cerezo y Casanova (2004) las chicas obtienen mejores calificaciones en lenguaje que los chicos.

Destacar que el resultado general en Lengua Castellana es el peor de las tres lenguas obligatorias que se estudian en Galicia, con una nota media de 5,51, frente al 5,91 en Lengua Gallega y el 7,73 en inglés (Tabla 2). Presenta una alta variabilidad interanual

comparado con las otras materias llegando incluso a tener un media de suspenso en el curso 2009/10 en ambos géneros.

Lengua Extranjera y Lengua Castellana mantienen una tendencia similar, coincidiendo que en el curso 2008/09 la media del género femenino es superior invirtiendo la tendencia de los demás años.

En los anexos se detalla el cumplimiento de esta hipótesis en el cual no se cumple la igualdad de varianzas, pero con un resultado altamente significativo al tener un Sig. bilateral de 0,005 muy superior a la mínima exigida de 0,05. Este resultado contradice las investigaciones de MacCoby y Jacklin (1974), según los cuales la mujer tiene mayor capacidad verbal que el hombre y está más en consonancia con la opinión de Rodríguez (2013), que indica que estas diferencias están disminuyendo en las sociedades actuales.

Cuarta hipótesis -Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Gallega en función del género. Muchos estudios muestran la superior capacidad verbal de la mujer. Entre ellos está el informe —Avaliación de Diagnóstico anteriormente mencionado, realizado por la Xunta de Galicia (2012c).

El año 2010/11 (Tabla 2) es el único en el que el género femenino ha obtenido una nota media por debajo del aprobado lo que refleja una cierta variabilidad interanual con una desviación típica de 0,4244 semejante a la obtenida en Lengua Castellana. Una vez más en el promedio general de los cuatro años, los chicos obtienen mejor rendimiento que las chicas (Tabla 3), en consonancia con la Lengua Castellana y la Lengua Extranjera.

En las tablas del anexo se observa el cumplimiento de la hipótesis, ya que no existen diferencias significativas.

Quinta hipótesis. -Existen diferencias significativas en la nota media de Ciencias Sociales y Geografía e Historia (CSGH) en función del género, así se comprueba la veracidad del MEC que sostiene que las mujeres tienen mayor rendimiento en todas las disciplinas que los hombres.

En la Tabla 2 se aprecia como las notas son inferiores a las obtenidas en las lenguas. Sólo en dos cursos la nota media ha sido superior al aprobado, con unos resultados generales de 4,4 puntos. Siendo ellos los que alcanzan en todos los años mejores calificaciones. Centrándonos en el cumplimiento de la hipótesis, en las tablas del anexo queda reflejado el cumplimiento de la hipótesis a favor del género masculino ya que se pueden asumir varianzas iguales, con un resultado altamente significativo Sig (bilateral)=0,000.

Sexta hipótesis 6. -Existen diferencias significativas en la nota media de Matemáticas en función del género, según MacCoby y Jacklin, (1974) y el estudio realizado por la Consellería de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria (Xunta de Galicia, 2012c), los hombres tienen una mayor capacidad matemática.

Destacar que el promedio de los años analizados no alcanza el aprobado en dicha materia (Tabla 2). Se observa también que la nota media del alumnado femenino no ha alcanzado el aprobado en ningún curso, mientras que el masculino lo logró tan sólo en dos cursos.

También se aprecia una alta variabilidad de notas interanual, superior a las variaciones obtenidas en las asignaturas de Lenguas y Ciencias Sociales, Geografía e Historia.

En matemáticas se desatan las mayores diferencias en las calificaciones entre uno y otro género. Esto no implica el cumplimiento de la hipótesis pues para ello es necesario analizar los anexos, donde se observa las mayores desviaciones típicas dentro de cada grupo por género. Por otro lado, existe una gran variabilidad anual, existiendo años en el que alumnado alcanza la nota máxima pero también se perciben las notas mínimas con respecto a otras asignaturas. Esta alta variabilidad hace que no se pueden asumir varianzas iguales, pero al tener una Sig. (bilateral) =0,000se confirma el cumplimiento de la hipótesis a favor del género masculino.

Hasta aquí se han analizado las asignaturas obligatorias; los análisis se centrarán ahora en las materias optativas⁴; los estudiantes tienen que elegir una asignatura según su especialidad entre las siguientes opciones: Física y Química, Biología y Geología, latín, Música, Tecnología y Educación Plástica.

Por tanto, dada la diversidad de asignaturas, es necesario hacer una hipótesis por cada una de ella. Empezando por la de mayor número de matriculados, se establece la séptima hipótesis, -Existen diferencias significativas en la nota media de Biología y Geología en función del género, hipótesis que va muy en la línea de los estudios de Postigo, Pérez y Sanz (1999), quienes demostraron que los chicos muestran un rendimiento significativamente más alto.

En la siguiente tabla se puede observar que la nota media en Biología y Geología para el período considerado es muy similar a la de Matemáticas (Tabla 2), por debajo del cinco en ambos géneros, si bien ellos sacan una ventaja de 0,5 puntos de media.

Tabla 44. Notas medias de las optativas clasificadas por género (2008-2012)

Año/Género	Biología y Geología	Física y Química	Latín	Educación Plástica y Visual	Música	Tecnología
2008/09	4,88	3,84	6,90	3,92	5,79	4,88
H	5,14	4,23	5,88	3,13	6,00	4,67
M	4,80	3,44	7,10	4,31	5,75	5,50
2010/11	4,00	4,71	6,16	4,76	2,70	4,87
H	4,78	5,00	5,36	2,75	1,50	4,80
M	3,54	4,34	6,44	6,10	2,90	5,00
2011/12	4,00	2,67	5,98	6,67	5,38	4,09
H	4,24	3,23	5,00	5,83	5,75	3,99
M	3,91	2,22	6,04	6,94	5,00	4,33
Total genera	4,34	3,62	6,41	5,20	4,78	4,35
H	4,71	4,10	5,53	3,94	5,00	4,23
M	4,21	3,13	6,59	5,77	4,72	4,63

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por la Consellería de Cultura (Xunta de Galicia)

Para comprobarla hipótesis, se puede observar en las tablas del anexo que se aprecia una alta desviación estándar por género, y no se puedan asumir varianzas iguales, pero con una $\text{Sig.} < 0,05$, se puede dar por buena la hipótesis.

Octava hipótesis, -Existen diferencias significativas en la nota media de Física y Química en función del género. En la tabla 4 se puede observar que la nota media de esta materia es la más baja de todas las obtenidas en las optativas con un 3,62 de media, donde se obtuvo peor rendimiento comparada con las materia obligatorias (tabla 2) y en ningún año el

promedio es de aprobado, salvo para el colectivo masculino que obtuvieron un 5 en el curso 2010/11.

Otro aspecto muy tener en cuenta es que la nota de Biología y Geología supone un 120 % respecto a la nota de Física y Química, llegando el Latín a suponer el 177 %, lo que significa que si la media de discentes que hicieron la prueba específica en Física y Química es de un 5, en Latín es de 8,86, lo cual puede llegar a adulterar el resultado final⁵.

El anexo determina si se cumple la hipótesis, donde se observa que se puedan asumir varianzas iguales al tener un Sig. = 0,028, lo que hace que se cumpla la hipótesis tal como se observa con la Sig. (2-tailed) que < 0,001. Por tanto, se cumple la hipótesis de que existen diferencias en las notas según el género, en este caso a favor de ellos.

Las restantes hipótesis no resultan significativas debido al pequeño tamaño de las muestras.

Por tanto, desde un punto de vista estadístico no se puede dar por cumplida las hipótesis.

Así la novena, la décima y la duodécima hipótesis, a pesar de la superioridad femenina, ésta diferencia no resulta significativa. Ocurriendo lo mismo con la undécima hipótesis cuyos resultados entre géneros están más igualados.

Tabla 5: Resultados de las hipótesis formuladas

Hipótesis	Formulación	Se cumple	A favor del género
Hipótesis 1	Existen diferencias significativas en las notas medias generales en función del	Si	Masculino

⁵ Consideramos que este hecho debería ser investigado en futuras investigaciones.

	género		
Hipótesis 2	Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Extranjera ⁶ en función del género	No	-
Hipótesis 3	Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Castellana en función del género	Sí	Masculino
Hipótesis 4	Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Gallega en función del género	No	-
Hipótesis 5	Existen diferencias significativas en la nota media de Ciencias Sociales y Geografía e Historia (CSGH) en función del género	Sí	Masculino
Hipótesis 6	Existen diferencias significativas en la nota media de Matemáticas en función del género	Sí	Masculino
Hipótesis 7	Existen diferencias significativas en la nota media de Biología y Geología en función del género	Sí	Masculino
Hipótesis 8	Existen diferencias significativas en la nota media de Física y Química en función del género	Sí	Masculino
Hipótesis 9	Existen diferencias significativas en la nota media de Latín en función del género	No	-
Hipótesis 10	Existen diferencias significativas en la nota media de Educación Plástica en función del género	No	-
Hipótesis 11	Existen diferencias significativas en la nota media de Música en función del género	No	-
Hipótesis 12	Existen diferencias significativas en la nota media de Tecnología en función del género	No	-

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Los resultados de este estudio permiten establecer algunas diferencias en función de las calificaciones de las diversas materias en función del género, puesto que los análisis

⁶ Se podría considerar que es de inglés, pero existen algunos discentes que se han decantado por el idioma francés.

efectuados han indicado que los resultados en determinadas áreas varían de manera significativa.

En relación a la primera de las hipótesis tenemos que argumentar que existen diferencias significativas a favor del género masculino en todos los años, contrariamente al informe MECD (2012), a pesar de que se presentan más mujeres que hombres a los premios.

Con respecto a la segunda hipótesis, referida a la nota media de Lengua Extranjera, hay que destacar que es la asignatura en la que se obtiene la nota media más alta en todos los años, tanto en mujeres como en hombres, no existiendo diferencias significativas en cuanto al género, contrariamente a la investigaciones realizadas Corpas (2010, 2013), en las que dice que en Lengua Inglesa las mujeres obtienen mejores resultados que los hombres, por lo que refutamos la hipótesis.

En cuanto a las hipótesis 3, 5, 6, 7 y 8 se cumplen a favor de los chicos, que obtienen mejores rendimientos en general. Hay que destacar que las notas de Ciencias Sociales, Geografía e Historia, Matemáticas y Lengua Castellana son bajas en general. En concreto en Matemáticas la desviación típica es muy elevada.

Con respecto a las otras hipótesis (4, 9, 10, 11 y 12) no encontramos diferencias significativas, a pesar de que en algunos casos la calificación es mayor en las mujeres.

En consecuencia, el rendimiento de los docentes presentados en el período 2008-12 al Premio Extraordinario al Rendimiento Académico, por género y materia, favorece a los chicos en cuanto a nota global, Lengua Castellana, Ciencias Sociales, Geografía e Historia,

Matemáticas, Biología y Geología y Física y Química. Por otra parte, el género no tiene relevancia significativa en Lengua Extranjera, Lengua Gallega, Latín, Plástica, Música y Tecnología.

Los resultados son parcialmente coincidentes con los de otras investigaciones citadas anteriormente. En nuestra opinión, y coincidiendo con Weiner (2010), consideramos que las diferencias de género deben ser tratadas con precaución, ya que no siempre se pueden probarlas habilidades y conocimientos más relevantes e incluso no se puede predecir el rendimiento académico futuro, ya que existen variables socioeconómicas, familiares, etc., que son determinantes y pueden influir en los resultados, por lo que esta investigación se completará en un futuro desde otra perspectiva, con la finalidad de cotejar objetivamente estas conclusiones.

Bibliografía

BROC, M.A. (2006):—Motivación y rendimiento académico en alumnos de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato LOGSE. *Revista de Educación*, (340), 379-414.

CASANOVA, U. (1998). La construcción social de la variable sexo y los estilos de aprendizaje. Curso sobre Estilos de Aprendizaje. Universidad de Murcia.

CEREZO, M.T. y CASANOVA, P.F.(2004): —Diferencias de género en la motivación académica de los alumnos de Educación Secundaria Obligatoria, *Electronicjournal of research in educationalpsychology*, 2(3), 97-112.

CORPAS, M. D.(2010):—La mujer y las estrategias de aprendizaje en la adquisición de la lengua inglesa, *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada a la Enseñanza de las Lenguas*, 8 (4), 3-16.

CORPAS, M.D. (2013): —Gender differences in reading comprehension achievement in English as a foreign language in Compulsory Secondary Education, *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura. Educación*, (17), 67-84.

ESPAÑA. Real Decreto 1763/1982, de 24 de julio, sobre traspaso de funciones y servicios de la Administración del Estado a la Comunidad Autónoma de Galicia en materia de educación.

ESPAÑA. Ley de Calidad de la Educación del año 2002.

ESPAÑA. Ley orgánica 2/2006, del 3 de mayo, de educación.

GALICIA. Estatuto de Autonomía de Galicia del año 1981. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.

GALICIA. Decreto 133/2007, de 5 de julio, por el que se regulan las enseñanzas de la educación secundaria obligatoria en la Comunidad Autónoma de Galicia.

GIMENO, J. (1999): —La educación obligatoria: su sentido educativo y social. Madrid: Morata.

GOBIERNO DE ARAGÓN (2012): Evaluación de Diagnóstico de Aragón 2011-2012. Informe de resultados. Zaragoza.

IGLESIAS, A (2013) en MATO et. al. (2013):—Xénero, igualdade e cidadanía: o compromiso das Universidades. *As mulleres nas artes e nas ciencias. Reflexións e testemuñas*. A Coruña: UDC.

INGLÉS, C.J. et al. (2011): —El género y el curso académico como predictores de las atribuciones en lectura y matemáticas en estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria, *Anales de psicología*, 27(2), 201.

INGLÉS, C.J. et al. (2012):—Auto-atribuciones Académicas: Diferencias de Género y Curso en Estudiantes de Educación Secundaria, *Revista Latinoamericana de Psicología*, 44(3), 53-64.

MACCOBY, E.E. y JACKLIN, C.N. (1974). *The psychology of sex differences*. Stanford, Stanford University Press.

MARCHESI, Á. y MARTIN, E. (1998): —Calidad de la enseñanza en tiempos de cambio. Madrid: Alianza Editorial.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN CULTURA Y DEPORTE (2012): Datos y Cifras curso escolar 2010/2011. Madrid: MEC

PASCUAL, B. (2006): *Calidad, equidad e indicadores en el sistema educativo español*. Universidad de Islas Baleares.

POSTIGO, Y., PÉREZ, M. Y SANZ, A. (1999). —Un estudio acerca de las diferencias de género en la resolución de problemas científicos. *Enseñanza de las Ciencias*, 17, 247-258.

RODRÍGUEZ CAO, L. (2013). —Mulleres e superdotación, en MATO et. Al. (2013): *As mulleres nas artes e nas ciencias. Reflexións e testemuñas*. A Coruña: UDC.

XUNTA DE GALICIA (2012a): DOG (Diario Oficial de Galicia). Orden del 3 de agosto de 2012 por la que se convocan los premios extraordinarios de educación secundaria obligatoria al rendimiento académico correspondientes al curso 2011/12.

XUNTA DE GALICIA (2012b). CONSELLERÍA DE CULTURA, EDUCACIÓN E ORDENACIÓN UNIVERSITARIA: Información del Premio Extraordinario de la ESO 2012. Disponible en <https://www.edu.xunta.es/premioso>.

XUNTA DE GALICIA (2012c). CONSELLERÍA DE CULTURA, EDUCACIÓN E ORDENACIÓN UNIVERSITARIA: Avaliación de Diagnóstico de Galicia 2011-2012. Informe de resultados. Santiago de Compostela.

WEINER, G. (2010): -Gender and education in Europe: a literatura overview. *Gender Differences in Educational Outcomes*. Eurydice; Bruselas, 15 - 32.

Anexo I. Estadísticas de grupo de las notas obtenidos según el género para el período 2008-2012 en el premio extraordinario de la ESO

Titularidad		N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Nota media	H	451	5,725	1,2059	,0568
	M	761	5,222	1,1028	,0400
Nota Inglés	H	451	7,789	1,0678	,0503
	M	761	7,697	1,2151	,0440
Nota Castellano	H	451	5,723	1,9998	,0942
	M	761	5,389	1,9452	,0705
Nota Gallego	H	451	5,911	1,8041	,0850
	M	761	5,710	1,8718	,0679
Nota Matemáticas	H	451	5,269	2,5663	,1208
	M	761	3,798	2,4241	,0879
Nota CSGH	H	451	4,949	1,9602	,0923
	M	761	4,441	1,7381	,0630
Nota Latín	H	10	5,530	2,4445	,7730
	M	51	6,586	1,6954	,2374
Nota Plástica	H	9	3,944	2,9309	,9770
	M	20	5,765	2,1907	,4899
Nota Tecnología	H	15	4,233	2,5792	,6660

	M	6	4,633	1,3216	,5395
Nota Música	H	5	5,000	2,1506	,9618
	M	18	4,717	2,5647	,6045
Nota Física y Química	H	182	4,102	2,3753	,1761
	M	182	3,135	2,0975	,1555
Nota Biología y Geología	H	106	4,706	2,2082	,2145
	M	268	4,205	2,1369	,1305

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por la Consellería de Cultura (Xunta de Galicia)

Anexo II. Prueba de muestras independientes por género para el período 2008-2012

		Prueba de Levene de calidad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
Nota media	Se asumen varianzas iguales	4,321	,038	7,415	1210	,000	,5033	,0679	,3701	,6365
	No se asumen varianzas iguales			7,247	878,796	,000	,5033	,0694	,3670	,6396
Nota Inglés	Se asumen varianzas iguales	3,900	,049	1,343	1210	,180	,0928	,0691	-,0428	,2283
	No se asumen varianzas iguales			1,388	1042,29	,165	,0928	,0668	-,0384	,2239
Nota Castellano	Se asumen varianzas iguales	1,393	,238	2,861	1210	,004	,3342	,1168	,1050	,5634
	No se asumen varianzas iguales			2,841	924,081	,005	,3342	,1176	,1033	,5651
Nota	Se asumen	,994	,319	1,828	1210	,068	,2006	,1098	-,0147	,4159

Gallego	varianzas iguales									
	No se asumen varianzas iguales			1,845	972,869	,065	,2006	,1087	-,0127	,4140
Nota Matemáticas	Se asumen varianzas iguales	,925	,336	9,996	1210	,000	1,4719	,1473	1,1830	1,7608
	No se asumen varianzas iguales			9,851	902,345	,000	1,4719	,1494	1,1787	1,7651
Nota CSGH	Se asumen varianzas iguales	7,794	,005	4,683	1210	,000	,5076	,1084	,2949	,7202
	No se asumen varianzas iguales			4,542	856,890	,000	,5076	,1118	,2882	,7269
Nota Latín	Se asumen varianzas iguales	4,183	,045	-1,669	59	,100	-1,0563	,6328	-2,3224	,2099
	No se asumen varianzas iguales			-1,306	10,761	,219	-1,0563	,8087	-2,8410	,7284
Nota Plástica	Se asumen varianzas iguales	2,184	,151	-1,864	27	,073	-1,8206	,9768	-3,8248	,1837
	No se asumen varianzas iguales			-1,666	12,203	,121	-1,8206	1,0929	-4,1974	,5563
Nota Tecnología	Se asumen varianzas iguales	6,864	,017	-,358	19	,725	-,4000	1,1185	-2,7410	1,9410
	No se asumen varianzas iguales			-,467	17,409	,647	-,4000	,8571	-2,2051	1,4051
Nota Música	Se asumen varianzas iguales	1,145	,297	,225	21	,824	,2833	1,2594	-2,3356	2,9023
	No se asumen varianzas iguales			,249	7,509	,810	,2833	1,1360	-	2,933

	asumen varianzas iguales								2,366 3	0
Nota Física y Química	Se asumen varianzas iguales	4,837	,028	4,117	362	,000	,9670	,2349	,5051	1,429 0
	No se asumen varianzas iguales			4,117	356,53 9	,000	,9670	,2349	,5051	1,429 0
Nota Biología y Geología	Se asumen varianzas iguales	,058	,810	2,022	372	,044	,5004		2,022	372
	No se asumen varianzas iguales			1,993	187,09 6	,048	,5004	,2511	,0051	,9957

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por la Consellería de Cultura (Xunta de Galicia)

Diagnóstico de los estilos de liderazgo de los mandos medios y directivos de una empresa de fabricación de envases de plástico y su relación con las variables de resultado

Yessica García Hernández

Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo

Dra. Isabel Mendoza Saldivar

Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo

Resumen

La presente investigación, se realizó en una empresa dedicada a la fabricación de envases de plástico, ubicada en el Altiplano Hidalguense, actualmente, se encuentra certificada desde 1999 bajo los estándares reconocidos como HACCP, Seguridad Alimentaria o ISO 22000; apegada a normatividades, procesos controlados, auditorías y diversas certificaciones, se ha convertido no solo en una de las empresas con mayor impacto social y fuente de empleo en la región, sino también hace presencia en varios de los centros productivos más importantes del país, contando con diversidad de clientes y mercados multinacionales, lo cual, le ha otorgado una posición relevante, a nivel nacional.

Sin embargo, derivado del informe final sobre la Detección de Necesidades de Capacitación (DNC), realizado en dicha empresa durante el año 2013, se encontró la deficiencia en el ejercicio de liderazgo. Por lo anterior, la presente investigación tiene como objetivo, diagnosticar los estilos de liderazgo, en los mandos medios y directivos, con base en el modelo MLQ de Bass y Avolio y su relación con las variables de resultado, con el fin de proponer acciones encaminadas a la mejora del ejercicio del liderazgo en la empresa.

Los resultados obtenidos mostraron, que en el estilo transformacional, la escala que obtuvo mayor puntaje es estimulación intelectual y la menor es tolerancia psicológica; en el transaccional, la de mayor puntuación es premio contingente, la que menos se identificó en el perfil de los directivos y mandos medios es administración por excepción pasivo, respecto al estilo *Laissez Faire*, debido a que no se manejan dimensiones y solamente se define de ésta manera, éste se ejerce normalmente por los líderes de la empresa. Con relación a las variables de resultado, los estilos transformacional y *Laissez Faire*, tienen relación significativa con la satisfacción, no así en el estilo transaccional, el cual no es significativo, referente a las variables de esfuerzo extra y efectividad, en los tres estilos presentan relación lineal significativa. Finalmente se identificó que las variables de resultado obtenidas si tienen relación significativa con los estilos de liderazgo que ejercen los directivos y mandos medios y que la percepción sobre los estilos de liderazgo depende del puesto que se ocupe ya sea directivo y mandos medios u operativo.

Palabras clave: Liderazgo, transaccional, transformacional, *Laissez Faire*, variables de resultado.

Introducción

En la actualidad, el liderazgo es una herramienta más de competitividad para las organizaciones, las cuales se ven obligadas a preocuparse, no sólo por las ventas o producción de un bien o servicio, sino por la forma en que dirigen a su personal, pues es un aspecto que influye en el éxito o fracaso de las mismas. El estilo de liderazgo, es de gran importancia para las organizaciones (Daft, 2006; Lussier y Achua, 2005; Gómez, 2008; Mendoza *et al.*, 2008; Mendoza *et al.*, 2007; Mendoza y Torres, 2006) pues implica la

forma en que se dirige e inspira a los colaboradores, para lograr los objetivos organizacionales definidos (Madrigal, 2000).

El liderazgo, ha sido estudiado en diversos y amplios espectros teóricos, y en diferentes disciplinas tales como la historia, la teoría psicodinámica, la teoría del desarrollo organizacional y la sociología. Los estilos de liderazgo más estudiados, son el liderazgo transaccional, liderazgo transformacional y *Laissez Faire*. Uno de los modelos mayormente utilizados y realizado numerosas investigaciones, es el modelo de liderazgo transformacional y transaccional de Bass y Avolio (1994).

Es evidente que el factor humano, es fundamental en el desarrollo de cualquier organización, como elemento dinámico que coordina los demás recursos, por lo cual, son importantes los estilos de liderazgo ejercidos por los directivos. Al respecto en la empresa razón de estudio, ubicada en el Altiplano Hidalguense y como resultado del informe, sobre Detección de Necesidades de Capacitación (DNC), que se realizó durante 2013, se identificó la deficiencia que se tiene en el ejercicio del liderazgo. Por lo anterior, la presente investigación, tiene por objetivo: diagnosticar los estilos de liderazgo, en los mandos medios y directivos, con base en el modelo MLQ de Bass y Avolio y su relación con las variables de resultado, con el fin de proponer acciones encaminadas a la mejora del ejercicio del liderazgo en la empresa.

Es importante mencionar, que dicho modelo, ha sido aplicado en importantes empresas, no solo de México sino a nivel Internacional.

Los resultados obtenidos muestran que en el estilo transformacional, las dimensiones de: influencia idealizada atributos, influencia idealizada conducta, consideración individual, estimulación intelectual e inspiración motivacional normalmente se ejercen por los líderes, mientras que tolerancia psicológica solo ocasionalmente. Con relación al estilo transaccional se define que la escala de premio contingente, se presenta normalmente, mientras que administración por excepción activo y administración por excepción pasivo, sólo ocasionalmente, mientras que el estilo *Laissez Faire*, es ejercido normalmente por los líderes de la empresa.

Respecto a las variables de resultado, se define que los estilos transformacional y *Laissez Faire*, tienen relación significativa con la satisfacción, mientras que el estilo transaccional no es significativo, con relación a las variables de esfuerzo extra y efectividad, los tres estilos presentan relación lineal significativa con dichas variable de resultado.

Revisión de literatura

Antecedentes

En la actualidad se requiere contar con líderes, para que exista prosperidad en las empresas, en este sentido Gómez (2008) señala que es necesario definir un estilo de liderazgo efectivo que dirija las actividades y recursos eficientemente y encaminados al logro de objetivos.

El actual ámbito competitivo, demanda que las empresas nacionales, en especial las micro, pequeñas y medianas empresas, se adapten a la dinámica que se requiere en este mundo globalizado; para ello, los empresarios que dirigen y coordinan dichas empresas, deberán contar con un liderazgo, acorde con las nuevas exigencias, que demanda el mercado económico.

El liderazgo, es el proceso de influir en las personas para encauzar sus esfuerzos hacia la consecución de una meta o metas específicas. Esta influencia está determinada por dos factores: a) la posición de poder del líder, que es la autoridad formal que acompaña a un puesto específico y b) la disposición que tiene el subordinado a obedecer. Sin embargo, la importancia del liderazgo empresarial radica en que éste debe ser el motor fundamental del proceso administrativo y de su gestión para lograr la calidad total en las empresas (Gómez, 2008). Es importante destacar que el liderazgo ha sido estudiado bajo diferentes enfoques teóricos, entre los cuales se encuentra el enfoque de las teorías transformacionales o modelo de liderazgo transformacional de Bass y Avolio (1994). Este modelo describe el tipo de liderazgo a partir de los efectos que produce el líder sobre sus seguidores. Los líderes con características transformacionales, contemplan aspectos relacionados con la transformación de los individuos y las organizaciones. Además, el líder incita a que los seguidores trasciendan sus intereses personales, en virtud de los objetivos de la organización (Nader y Castro, 2007; Mendoza, 2005). Esto genera confianza y respeto por parte de los adeptos, que son motivados a lograr más de lo esperado. Todas estas virtudes, hacen que sea considerado como más amplio y efectivo que el transaccional.

El campo de estudio sobre el liderazgo es muy diverso e incluye un amplio espectro de teorías, definiciones, evaluaciones, descripciones, prescripciones y filosofías. Las investigaciones realizadas, se han enfocado desde diferentes disciplinas y perspectivas, a continuación se mencionan algunos de los trabajos realizados, entre ellos Mendoza *et al.* (2008) en un estudio de diagnóstico organizacional en un sistema de atención médica gubernamental, obtuvo como resultados, la dominancia de subescalas de liderazgo transformacional, en los directivos investigados. Por su parte, Arredondo y Maldonado (2010) al querer probar empíricamente, sí existen diferencias significativas en la

correlación que muestra el No liderazgo, el liderazgo transaccional y el liderazgo transformacional (MLQ) con la falta de integridad percibida del líder, encontraron que tanto el liderazgo transformacional, como el transaccional tienen una relación directa y significativa con la integridad. Nader y Castro (2007) en un estudio realizado en pequeñas medianas y grandes empresas en Buenos Aires, Argentina, tuvo como objetivo, determinar la influencia que ejercen los valores del líder sobre su estilo de liderazgo, observando que los valores de autotranscendencia y apertura al cambio predecían el estilo de liderazgo transformacional, mientras que, los valores de autopromoción predecían el estilo de liderazgo transaccional. Asimismo, Mendoza y Torres (2006) al analizar el liderazgo transformacional, en una empresa químico-farmacéutica de ventas, a nivel nacional y evaluar su impacto en las variables de respuesta en variables de resultado (satisfacción, esfuerzo extra y efectividad) encontró que las subescalas transformacionales de Bass y Avolio, obtuvieron mayores puntajes de correlación e influencia en variables de resultado. En un estudio realizado por Nader y Sánchez (2010) tanto en población civil como militar, determinaron, que existe diferencias en las orientaciones de valores según la población, en donde los líderes militares, mostraron estar guiados en mayor medida por valores de conservación, consideran la utilización de modelos e instrumentos diferentes, para la evaluación de los valores, tanto en población civil como militar.

Por su parte Cuadrado *et al.* (2003) en una investigación, donde incluyeron diferentes estilos de liderazgo, entre ellas las transaccionales y transformacionales en hombres y mujeres, con responsabilidades en diferentes organizaciones, con el fin de percibir los estilos de liderazgo que adoptan y conocer las diferencias entre líderes de distinto sexo en dos aspectos: a) las relaciones existentes entre los comportamientos autopercebidos

referidos a estos estilos y b) los estilos que mejor predicen la eficacia de la unidad o departamento, la satisfacción con distintos aspectos de su trabajo y el esfuerzo extra logrado en sus subordinados. Los resultados mostraron que, en general, hombres y mujeres, perciben que adoptan similares estilos de liderazgo, pero las relaciones entre ellos y los estilos que predicen los resultados organizacionales son diferentes en cada caso.

Como se puede observar, los aspectos descritos indican que el efecto del liderazgo transformacional en las organizaciones actuales, ha sido ampliamente estudiado, así lo demuestran las numerosas investigaciones contenidas en la literatura, demostrando la eficacia del liderazgo transformacional, lo cual se refleja en la eficacia y satisfacción laboral, el compromiso con la organización, el conflicto y el estrés, la cultura organizacional y las condiciones organizacionales (Mosley *et al.*, 2005).

Como se describe, son diversos los estudios que han analizado la correlación entre la eficacia del líder y del personal subordinado y la satisfacción laboral, con los componentes del liderazgo a partir del MLQ. Mosley *et al.* (2005) señalan que en 1994 Molero y Morales encontraron altas correlaciones, entre las puntuaciones de liderazgo transformacional y la satisfacción laboral.

Bass (1995) argumenta que el liderazgo transformacional, contribuye al compromiso con la organización, el puesto de trabajo y sus circunstancias de implicación, lealtad y satisfacción, con este tipo de liderazgo, el compromiso de los subordinados es mayor, e indica la importancia de fomentar el compromiso con el puesto de trabajo y con la

organización, lo cual favorece la satisfacción laboral, disminuye la intención de abandono y es una herramienta motivacional.

Las organizaciones y los equipos directivos, frecuentemente se encuentran en situaciones conflictivas, caracterizados por continuos cambios del mercado y cambios tecnológicos, en este sentido, el liderazgo transformacional se adapta más a abordar estas condiciones de incertidumbre y de crisis.

Muchos son los investigadores, que han realizado estudios sobre liderazgo, entre ellos se encuentra Mendoza (2005), el cual ha adaptado y mejorado el modelo teórico de Bass y Avolio, que se utilizó en la presente investigación.

El liderazgo

Castro (2006) define que es el proceso por el cual, una persona tiene la capacidad para influir y motivar a sus seguidores, de modo que contribuya al logro de los objetivos y al éxito del proyecto organizacional.

El contexto del liderazgo, es una combinación de dos variables muy generales; la primera es el ambiente (el lugar/tiempo en que el fenómeno de liderazgo) y la segunda, es el tipo de poder que ostenta el líder, esta combinación nos dará como resultado el contexto en que el liderazgo se llevará.

Enfoques en el liderazgo

De acuerdo con Daft (2006) un estilo de liderazgo es la manera en que los líderes de la organización ejercen influencia sobre sus seguidores. Brunet (1979) (citado en Rosas,

2006) define un estilo como una forma de realización social, un modo particular de comprender y aplicar la autoridad de la dirección, así como una realización personal, que implica una forma de acción conjunta.

En este sentido Pedraja y Rodríguez (2004) señalan que el estilo de liderazgo tiene efectos directos sobre los procesos decisionales y resultados organizacionales, razón por la cual es importante considerar que aunque existe una variedad de estilos de liderazgo, es importante definir que no existe un estilo ideal, pues el tipo de liderazgo que se ejerce dependerá del contexto y características de las tareas, de la profesión y de la situación que se presente.

A lo largo de la historia, se han desarrollado diversos enfoques teóricos sobre el estudio de liderazgo, los cuales se agrupan de la siguiente manera:

- a) **Teorías caracteriales y de los rasgos.** Describen las características de personalidad de los líderes más destacados en la historia.
- b) **Teorías conductuales.** Analizan la conducta del líder y su influencia en los seguidores.
- c) **Teorías de contingencias y situacionales.** Observan los modelos de la contingencia para explicar lo inadecuado de las teorías anteriores del liderazgo, para reconciliar y juntar la diversidad de los hallazgos de la investigación, tomando en cuenta otras variables como la efectividad
- d) **Teorías transformacionales.** Contemplan aspectos relacionados con la transformación de los individuos y las organizaciones.

Estilos de liderazgo

Se distinguen dos tipos de liderazgo, opuestos en un continuo, denominados: transaccional y transformacional.

Liderazgo transaccional

Considera que existe un intercambio de relaciones, entre el líder y los seguidores, basadas en una serie de transacciones, con una connotación de costo–beneficio. La noción general es que, cuando el trabajo y el ambiente de los seguidores, no proporcionan la motivación, dirección y satisfacción necesarias; para ser eficaz, la conducta del líder compensará dichas deficiencias.

En 1978 Burns argumenta que el liderazgo transaccional, enfatiza en los intercambios entre el líder y los seguidores recibiendo cierto valor como resultado de su trabajo, es decir, la relación de intercambio, se traduce como un factor de costo-beneficio.

Nader y Castro (2007) señalan que el liderazgo transaccional presenta dos dimensiones:

- **Recompensa contingente.** Es una interacción entre líder y seguidor, guiada por intercambios recíprocos. El líder identifica las necesidades de los seguidores y realiza una transacción, entre las necesidades del grupo y las de cada persona. Recompensa o sanciona en función del cumplimiento de objetivos.
- **Manejo por excepción.** El líder interviene, sólo cuando hay que hacer correcciones o cambios, en las conductas de los seguidores. En general, las intervenciones son negativas y de crítica para que los objetivos no se desvíen de su curso.

Liderazgo transformacional

Está enfocado, en elevar el interés de los seguidores, el desarrollo de la autoconciencia y aceptación de la misión organizacional, y el ir más allá de sus autointereses, por el interés de bienestar del grupo. (Mendoza y Torres, 2006; Mendoza *et al.*, 2008). Los líderes transformacionales, amplían y elevan los intereses de los seguidores, generan conocimientos y aceptación, entre los seguidores en los propósitos y misión del grupo, así como los motivan a ir más allá para el bienestar del mismo. De acuerdo con Nader y Castro (2007), el liderazgo transformacional tiene las siguientes dimensiones.

- **Carisma ó influencia idealizada, respeto por el líder.** Quiere ser imitado y genera altos niveles de expectativa en sus seguidores.
- **Inspiración.** Es el grado, en que el líder energiza a sus seguidores, proveyendo una visión de futuro, objetivos y propósito.
- **Estimulación intelectual.** Señala las acciones del líder, relacionadas con el estímulo intelectual, para que los seguidores resuelvan las dificultades y obstáculos de forma creativa.
- **Consideración individualizada.** Es el apoyo, que se provee al seguidor, prestando importancia a sus necesidades de desarrollo personal.

Laissez Faire (No liderazgo)

Es una característica observada del liderazgo transaccional. Representa la ausencia de transacción de cualquier clase. El líder evita tomar decisiones, no tiene responsabilidad y no usa su autoridad. Es considerada la forma más inefectiva de liderazgo.

Variables de resultado

El liderazgo tiene relación con tres aspectos a considerar, estos se conocen como variables de resultado.

Satisfacción

La satisfacción de los individuos y el grupo, está integrada por las acciones del líder, que provocan gratificación en el grupo de trabajo. Los seguidores se sienten muy bien con las decisiones del líder. Las acciones de liderazgo, generan un clima organizacional sano, para el buen desarrollo de las actividades.

Esfuerzo extra

Se define por las acciones del líder, que provocan mayor participación de los seguidores, en cuanto a empuje en su trabajo cotidiano. Los seguidores están estimulados a participar activamente, cuando el líder necesita de su colaboración.

Efectividad

Se constituye por las acciones del líder, que provocan que se logren los objetivos y metas en los seguidores. En forma conjunta, los equipos de trabajo participan de manera armónica para el logro de lo programado.

Desarrollo

Metodología

La unidad de análisis, es una empresa dedicada a la fabricación de envases de plástico, ubicada en el Altiplano del Estado de Hidalgo y tiene un alto impacto social por ser generadora de empleo en la región.

La presente investigación, es de enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y correlacional, ya que especifica las características del liderazgo y las variables de resultado, mediante el modelo de Bass y Avolio (1994), también se define, como una investigación de tipo correlacional, porque se analizó el grado en que los estilos de liderazgo se relacionan con las variables de resultado.

Como técnica de recolección de datos, debido a que el fenómeno de estudio fueron los estilos de liderazgo, se consideró como principal fuente de información el cuestionario: —Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ), adaptado por Mendoza (2005) para evaluar el perfil de liderazgo transformacional, transaccional y *Laissez Faire* y su relación con las variables de resultado. Se aplicaron las dos versiones que existen del mismo: la primera orientada la respondió el propio jefe o líder (uno mismo) y la segunda que contestaron los seguidores (visto por otros). El instrumento se integró por 52 ítems para cada cuestionario y se midió con la escala de Likert. Las dimensiones del instrumento se muestran en el Cuadro 1.

Cuadro 1. Modelo de liderazgo transaccional y transformacional de Bass y Avolio

Líder Transformacional						Líder Transaccional			No Liderazgo	Variables de resultado		
Influencia idealizada (atributos)		Influencia idealizada (conducta)		Carisma		Premio contingente	Admón. por excepción (Activo)	Admón. por excepción (Pasivo)	Laissez- Faire	Satisfacción	Esfuerzo extra	Efectividad
1	2	3	4	5	6							

Fuente: Mendoza, 2008.

Resultados

El tamaño total de la población se constituyó por 366 trabajadores, de los cuales el 86.0% es personal operativo y del 14.0% restante que son quienes se definen como líderes, del cual el 27.3% se define como nivel directivo y el 72.7% de mandos medios. Del total de personas encuestadas el 54.2% corresponde al género masculino y el 45.8% al femenino.

Las edades, se encontraron en el siguiente orden: el mayor número, lo representó el rango de edad entre 21 y 30 años (n=85), 36.0%; de 31-40 años (n=69), 29.2%; de hasta 20 años (n=36), 15.3%; de 41 a 50 años (n=27), 11.4%; de 51 a 60 años (n=17), 7.2% y finalmente el de menor número, fue de 61 o más años (n=2), 0.8% (n=2). Los resultados, muestran que la mayoría de las personas, se encuentra en un rango de edad entre 21 y 30 años por lo que se percibe, que es una empresa que provee de empleo a los jóvenes de la región.

Con relación al estado civil de los encuestados, éste se identificó en el siguiente orden: el 41.1% (n=97) son solteros, el 39.0% (n=92) son casados, el 11.4% (n=27) son divorciados, el 6.8% (n=16) corresponde a unión libre y finalmente el 1.7% (n=4) son viudos. De acuerdo con los resultados, en su mayoría son solteros, lo cual concuerda con los rangos de edad de hasta 30 años, mientras que el personal viudo representa sólo una minoría.

Otra variable analizada, fue la antigüedad en el trabajo. Los resultados, se identificaron en el siguiente orden: el 38.6% (n=91) tiene laborando entre 1 y 5 años, el 29.2% (n=69) hasta un año, el 24.2% (n=57) tienen entre 6 y 10 años, el 5.1% (n=12) entre 11 y 15 años, el 2.1% (n=5) entre 16 y 20 años y finalmente, el 0.4% (n=1) tiene más de 21 años. Los

resultados indican que la empresa, ofrece constantemente trabajo, pues cuenta con diversidad de clientes, lo cual le permite ir incrementando su producción y lograr que su personal una vez contratado, logre tener mayor estabilidad laboral.

Por otra parte, es importante destacar que los resultados de la investigación, definen que dentro del estilo de liderazgo transformacional, la escala que obtuvo mayor puntaje, o bien que es la que está presente en mayor medida en el estilo de liderazgo, es estimulación intelectual, con una media de 3.35, mientras que la que obtuvo menor puntaje es tolerancia psicológica con 2.52, lo cual indica de acuerdo con la escala de Likert, utilizada para la medición, que la escala de estimulación intelectual, influencia idealizada (conducta), inspiración motivacional, consideración individual e influencia idealizada (atributos) normalmente se encuentran presentes en el estilo de liderazgo transformacional, mientras que la escala de tolerancia psicológica ocasionalmente se identifica. De acuerdo con los resultados anteriores, se define, que se orientan a la estimulación intelectual, debido a que el giro de la empresa, se orienta a la producción y busca alternativas que brinden solución inmediata a los problemas.

Referente a la escala que obtuvo menor puntaje, tolerancia psicológica, se determina que, en el ejercicio de liderazgo, no existe mucha orientación a resolver conflictos considerando aspectos que implican la relación humana, es decir, no se inclinan a generar un ambiente de trabajo agradable.

En el Cuadro 2, se muestran las medias de cada una de las escalas del liderazgo transformacional, las cuales se indican de mayor a menor, a fin de identificar su nivel de presencia en el estilo de liderazgo.

Cuadro 2. Medias por escala de liderazgo transformacional

Escala	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Estimulación Intelectual	236	1	5	3.35	1.05
Influencia Idealizada (conducta)	236	1	5	3.21	1.02
Inspiración Motivacional	236	1	5	3.18	1.01
Consideración Individual	236	1	5	3.17	1.05
Influencia Idealizada (atributos)	236	1	5	3.11	1.05
Tolerancia Psicológica	236	1	5	2.52	1.18

Los resultados concuerdan parcialmente con los obtenidos por Mendoza (2005) que obtuvo como información equivalente en las tres primeras escalas: influencia idealizada (atributo), influencia idealizada (conducta) e inspiración motivacional, coincidiendo en dos escalas en la presente investigación, asimismo se concuerda en que la última escala presente en el perfil, es tolerancia psicológica.

Por otra parte, respecto al liderazgo transaccional, se obtuvo que la escala predominante es: premio contingente con una media de 3.25, lo cual indica que normalmente se identifica la escala de premio contingente, es decir que los líderes se orientan a otorgar algún tipo de recompensa solo dependiendo del nivel de actuación. Con relación a las escalas de administración por excepción activo y pasivo, se muestra que ocasionalmente se presentan en el ejercicio del liderazgo. En el Cuadro 3, se presentan las medias de las escalas de liderazgo transaccional y de *Laissez Faire*, notándose que para el *Laissez Faire* se define que normalmente se presenta en el perfil de los directivos.

Cuadro 3. Medias por escala de liderazgo transaccional y Laissez Faire

Dimensión	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Premio Contingente	236	1	5	3.25	0.94
<i>Laissez Faire</i>	236	1	5	3.01	0.96
Admón. por Excepción Activo	236	1	5	2.78	0.92
Admón. por Excepción Pasivo	236	1	5	2.34	0.90

La información anterior, concuerda con los resultados de investigación de Mendoza (2005), el cual obtuvo la misma jerarquización de escalas del liderazgo, transaccional en primer lugar, premio contingente en segundo, administración por excepción activo y por último administración por excepción pasivo.

Finalmente con relación a las variables de resultado, en el Cuadro 4, se presentan los resultados, indicando que los directivos de la empresa se orientan en primer lugar al esfuerzo extra con una media de 3.34, mismo puntaje obtenido en la efectividad y por ultimo se orientan a la satisfacción del personal.

Los resultados muestran la evidente relación existente, entre las escalas obtenidas en el liderazgo transformacional que es estimulación intelectual y la de del transaccional que es premio contingente, es decir, busca que el personal de soluciones a los problemas y solamente se otorga algún tipo de recompensa cuando se cumple con lo que el líder espera, es por ello que como resultado de la orientación a la variable de resultado, se identifica esfuerzo extra, que implica la participación activa de los trabajadores, al igual que efectividad que dirige el trabajo hacia el logro de objetivos y metas, por ultimo la satisfacción, que provee una gratificación en el trabajador y tiene mucho que ver con el clima

laboral, en este sentido, se observa la relación existente de cómo la última escala de liderazgo transformacional que tolerancia psicológica y por ende la variable de resultado en último lugar es por ende la satisfacción.

Cuadro 4. Medias por variable de resultado

Dimensión	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Esfuerzo					
Extra	236	1	5	3.34	1.01
Efectividad	236	1	5	3.34	1.01
Satisfacción	236	1	5	3.13	1.06

Los resultados anteriores, concuerdan con lo obtenido por Mendoza (2005) definiendo como primer variable de orientación en el perfil directivo el esfuerzo extra, seguido de la efectividad y por último la satisfacción.

Para comprobar o rechazar las hipótesis de investigación se analizó cada una de ellas.

H1: El estilo de liderazgo que ejercen los directivos influye en la variable de resultado esfuerzo extra.

En los resultados, se obtuvo una R de 0.830 y una R^2 de 0.689, por lo cual, el coeficiente de R^2 determina que el 68.90% de los cambios en el estilo de liderazgo, influye en la variable de resultado esfuerzo extra, obteniendo un nivel de significancia del 0.00 (Cuadro 5). El estadístico F de 171.70 y es significativo al 0.00, lo que indica la existencia de una relación lineal significativa, entre la variable dependiente de esfuerzo extra y la variable independiente estilos de liderazgo, en donde la constante fue 0.07. El coeficiente Beta para las variables de *Laissez Faire*, liderazgo transformacional y transaccional de 0.29, 0.62 y 0.16, reflejan una influencia positiva en dichos estilos de liderazgo, en la variable de

esfuerzo extra. El resultado de p de 0.00, para el estilo *Laissez Faire* y transformacional y de 0.01 para el transaccional, indican que existe relación estadísticamente significativa con la variable de esfuerzo extra. Por lo anterior la hipótesis descrita, se acepta.

Cuadro 5. Modelo de Regresión Múltiple (Liderazgo y esfuerzo extra)

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error tip. De la estimación
1	0.830	0.689	0.685	0.57

ANOVA (Liderazgo y esfuerzo extra).

Modelo	Suma de Cuadrados	Gl	Media Cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	168.36	3	56.12	171.70	0.00
Residual	75.83	232	0.32		
Total	244.19	235			

Coefficientes. (Liderazgo y esfuerzo extra).

	Coeficientes no		Coeficientes		t	Sig.
	B	Error	Beta			
1 (Constante)	0.07	0.18			0.38	0.70
<i>Laissez Faire</i>	0.29	0.05	0.28		5.42	0.00
Liderazgo transformacional	0.62	0.05	0.56		11.21	0.00
Liderazgo transaccional	0.16	0.06	0.09		2.45	0.01

De acuerdo con los resultados mostrados, se puede concluir que la hipótesis se acepta ya que los estilos de liderazgo transaccional, transformacional y *Laissez Faire* si tienen relación significativa con la variable de esfuerzo extra.

H2: Las escalas de liderazgo transformacional de consideración individual y estimulación intelectual obtienen mayor puntaje de correlación con la variable de resultado de satisfacción

En el Cuadro 6, se muestra la matriz de correlaciones de Pearson entre las escalas de liderazgo transformacional y la satisfacción, se observa que la escala de consideración individual, obtiene el mayor valor de correlación con respecto a la satisfacción (0.80), seguido de estimulación intelectual (0.79), mientras que el índice más bajo, se identifica con la escala de influencia idealizada atributos.

Dichos resultados concuerdan parcialmente con los obtenidos por Mendoza (2005) que obtuvo una correlación de 0.80 respecto a la consideración individual y 0.78 con estimulación intelectual, así como 0.70 para influencia idealizada atributos 0.65. De la misma forma, concuerdan con lo expuesto por Ayala et al. (2012) quienes definen a los líderes transformacionales, como aquellos que estimulan e inspiran a sus colaboradores a alcanzar metas, el trabajo se relaciona con el bienestar subjetivo, es decir, el líder promueve cambios positivos y transformadores en su personal, pero siempre considerando un ambiente de armonía y confianza, pues se considera la figura del líder, como determinante del clima organizacional y la satisfacción laboral. Cabe mencionar, que señalan además, que la inspiración motivacional, es uno de los cuatro factores o componentes fundamentales del liderazgo transformacional, junto con la influencia idealizada (atributos, estimulación intelectual y consideración individual). De acuerdo a los resultados la hipótesis se acepta.

Cuadro 6. Matriz de correlaciones escalas de liderazgo transformacional y satisfacción.

	Influencia Idealizada (atributos)	Influencia Idealizada (conducta)	Inspiración Motivacional	Estimulación Intelectual	Consideración Individual	Tolerancia Psicológica	Satisfacción
Influencia de	Correlación	1					

Idealizada (atributos)	Pearson Sig. (bilateral)								
Influencia	Correlación de	0.77**	1						
Idealizada (conducta)	Pearson Sig. (bilateral)	0.00							
Inspiración	Correlación de	0.71**	0.78**	1					
Motivación	Pearson Sig. (bilateral)	0.00	0.00						
Estimulación	Correlación de	0.64**	0.70**	0.79**	1				
Intelectual	Pearson Sig. (bilateral)	0.00	.00	0.00					
Consideración	Correlación de	0.69**	.74**	0.75**	0.80**	1			
Individual	Pearson Sig. (bilateral)	0.00	0.00	0.00	0.00				
Tolerancia	Correlación de	0.60**	0.62**	0.64**	0.61**	0.70**	1		
Psicológica	Pearson Sig. (bilateral)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00			
Satisfacción	Correlación de	0.65**	0.67**	0.72**	0.79**	0.80**	0.67**	1	
	Pearson Sig. (bilateral)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (2 colas).

* . La correlación es significativa en el nivel 0.05 (2 colas).

H3: Existen diferencias significativas entre la percepción de los directivos y mandos medios y la percepción de los seguidores, con respecto a los estilos de liderazgo ejercidos.

La estadística de grupo, del instrumento MLQ que se aplicó al personal directivo y de mandos medios —visto por uno mismo y personal operativo —visto por los demás, se observa en el Cuadro 7. Los resultados muestran que existen diferencias significativas, en la percepción considerada por cada uno de los grupos de la siguiente manera: la mayor diferencia en la media presentada con respecto al liderazgo transformacional, en la cual la percepción de los directivos y mandos medios, es mayor con respecto a dicho estilo, presentando una media de 3.53 es decir una diferencia de 0.51 respecto a la percepción del personal operativo que presentó una media de 3.01 y significativo al 0.00. Para el estilo de liderazgo transaccional, la percepción del personal operativo, fue mayor con una media de 2.82, es decir, 0.22 con respecto a la percepción descrita por el personal directivo y de mandos medios sobre dicho estilo.

Por último, respecto al *Laissez Faire* se observa el valor más alto en la percepción de directivos y mandos medios, con una media de 3.56 y 2.92 para el operativo, es decir, una diferencia de 0.63, así mismo se obtuvo, que en los tres estilos, se refleja, que la diferencia en la percepción entre personal directivo y mandos medios con respecto al operativo es significativa con índice de 0.02, 0.00 y 0.00 respectivamente.

Los resultados concuerdan con los obtenidos por Mendoza (2005) quien encontró que existen diferencias significativas, por lo menos en dos subescalas de liderazgo transformacional y transaccional, respecto a la percepción de los estilos de liderazgo —visto

por uno mismo el directivo de la empresa y —visto por los demás el personal operativo a su cargo, por lo anterior se acepta la hipótesis planteada.

Cuadro 7. Estadística de grupo: personal directivo y operativo.

Estilo	Puesto	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Liderazgo Transformacional	Directivo	33	3.53	0.67	0.11
	Subordinado	203	3.01	0.93	0.06
Liderazgo Transaccional	Directivo	33	2.60	0.41	0.07
	Subordinado	203	2.82	0.65	0.04
<i>Laissez Faire</i>	Directivo	33	3.56	0.68	0.11
	Subordinado	203	2.92	0.97	0.06

Prueba de muestras independientes									
	Prueba de Levene		Prueba t para la igualdad de medias				95% de intervalo de confianza de la diferencia		
	Sig.	T	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	Inferior	Superior	
Liderazgo Transformacional	5.45	0.02	3.04	234	0.00	0.51	0.17	0.18	0.85
			3.85	54.55	0.00	0.51	0.13	0.24	0.78
Liderazgo Transaccional	7.82	0.00	1.89	234	0.06	-0.22	0.11	-0.45	0.00
			-2.58	60.76	0.01	-0.22	0.08	-0.39	-0.04
<i>Laissez Faire</i>	7.28	0.00	3.59	234	0.00	0.63	0.17	0.28	0.98
			4.62	55.74		6357	0.13	0.36	0.91

Conclusiones

El tema de liderazgo, es de gran importancia en las organizaciones, ya que actualmente existe mucha competencia entre las empresas, en aspectos como, la productividad, calidad y eficiencia, los cuales son fundamentales para lograr el éxito empresarial.

Las organizaciones deben tener en cuenta, la trascendencia del factor humano en el logro de objetivos, por lo cual, es indispensable que los responsables de dirigir las organizaciones y coordinar los recursos ejerzan un estilo de liderazgo acorde a los objetivos definidos en la planeación estratégica.

De acuerdo con el objetivo planteado, para obtener la información respecto a los estilos de liderazgo ejercidos por los directivos y mandos medios de la empresa, se aplicó la versión del MLQ adaptada por Mendoza (2005), tanto —visto por uno mismo, como —visto por los demás.

Los resultados obtenidos muestran que en el estilo transformacional, las dimensiones de: influencia idealizada atributos, influencia idealizada conducta, consideración individual, estimulación intelectual e inspiración motivacional normalmente se ejercen por los líderes, mientras que tolerancia psicológica solo ocasionalmente. Con relación al estilo transaccional se define que la escala de premio contingente, se presenta normalmente, mientras que administración por excepción activo y administración por excepción pasivo, sólo ocasionalmente, mientras que el estilo *Laissez Faire*, es ejercido normalmente por los líderes de la empresa.

Por otra parte, se concluye que existen diferencias significativas en la percepción considerada, por cada uno de los grupos de acuerdo al objetivo planteado que define el nivel directivo y mandos medios para los líderes y el operativo para los seguidores. Para el liderazgo transformacional y *Laissez Faire*, la percepción de los directivos y mandos medios, es mayor con respecto a dicho estilo, mientras que para el liderazgo transaccional, la percepción del personal operativo o subordinado, fue mayor respecto a la percepción

descrita por el personal directivo y de mandos medios sobre dicho estilo, coincidiendo con la aportación de Mendoza (2005) encontrando en sus investigaciones, que existen diferencias significativas, en por lo menos dos escalas de liderazgo transformacional y transaccional, respecto a la percepción de los estilos de liderazgo.

Por otra parte, con relación a las variables de resultado estudiadas: satisfacción, esfuerzo extra y efectividad, definidas en la propuesta de Bass y Avolio (1985), los resultados obtenidos en la presente investigación, indican, que los estilos transformacional y *Laissez Faire* tienen relación significativa con la satisfacción, mientras que el estilo transaccional, no es significativo, con relación a las variables de esfuerzo extra y efectividad, los tres estilos presentan relación lineal significativa con dichas variables de resultado.

Como parte de las propuestas de mejora enmarcadas en el objetivo de la presente investigación, se propone que se realicen evaluaciones periódicas, para definir el perfil de cada directivo, a fin de identificar el estilo que se ejerce y retroalimentar al mismo, sobre la relación que existe con las variables de resultado, de acuerdo con el área específica donde se desempeñe.

Por otra parte se sugiere definir un esquema de cursos de capacitación, que fortalezcan el estilo de liderazgo transformacional y permita mejorar las escalas de liderazgo que se orienten a las variables de resultado que se definan en los objetivos, asimismo se recomienda que el instrumento MLQ, sea utilizado como base de procesos de reclutamiento y selección, capacitación, planes de carrera, desarrollo organizacional y planeación estratégica.

Como se observa, derivado de la presente investigación, se concluye que es necesario encaminar acciones con el propósito de enfocarse en el lado humano de la organización, y de esta manera hacer conciencia, en el nivel directivo de la importancia y beneficios de identificar la variable de resultado, que se espera en cada área y el estilo que se debe ejercer, de acuerdo con la definición de la misma, generando estrategias, encaminadas a que los directivos y mandos medios consideren el factor humano, como un recurso apreciado e indispensable, por lo que se debe buscar su gestión y desarrollo, pues esto influirá en los resultados y competitividad organizacional.

Bibliografía

Arredondo, T. F. G., and Maldonado, V. de L. (2010). Differences between the relationship of integrity and leadership styles according to the model of Bernard Bass. *Estudios gerenciales*, 16(114), 59-75.

Bass, B.M., and Avolio, B.J. (1994). Improving organizational effectiveness through transformational leadership Thousand Oaks. *Sage Publications*. U.S.A.

Bass, B. M. (1985). Leadership and performance beyond expectations. New York, NY: Free Press.

Brunet, L. (1999). El Clima de Trabajo en las Organizaciones: Definiciones, diagnóstico y consecuencias. México: Trillas.

Castro, S. A. (2006). Teorías implícitas del liderazgo, contexto y capacidad de conducción. *Anales de Psicología*, 22(1), 89-97.

Cuadrado, I. Molero, F y Navas, M. (2003). El liderazgo de hombre y mujeres: diferencias en estilos de liderazgo, relaciones entre estilos y predictores de variables de resultado organizacional. *Acción psicológica*. 2 (2), 115-129.

Daft, R. (2000). La experiencia del liderazgo. México:Thompson.

Gómez, R. A. (2008). El liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresas. *Pensamiento & gestión*, 24,157-194.

Lussier, R., y Achua, C. (2005). *Liderazgo, teoría, aplicación y desarrollo de habilidades*. México:Thompson.

Madrigal, B. (2000). *Habilidades directivas*. México:McGraw Hill.

Mendoza, M. I. A. (2005). *Estudio diagnóstico del perfil de liderazgo transformacional y transaccional de gerentes de ventas de una empresa farmacéutica a nivel nacional*, Tesis de Doctorado en Ciencias Administrativas publicada, Universidad Autónoma de Tlaxcala, Tlaxcala, México.

Mendoza, M. I. A., Torres, S. J. R., Ibarra, C. T. (2008). Estudio sobre el clima organizacional de un sistema de atención médica en la ciudad de México y su relación con el liderazgo transformacional y transaccional de sus directivos. *Investigación Administrativa*, 101(37), 29-41.

Mendoza, M. I. A., y Torres, S. J. R. (2006). Perfil de liderazgo transformacional de gerentes de venta de una empresa químico-farmacéutica de clase mundial en México desde dos modelos teóricos. *Revista Internacional La nueva Gestión Organizacional*, 2(3), 105-123. Recuperado de <http://dgsa.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/ICEA/article/view/276/258>

Mendoza, M. I. J., Ortiz, A. M. F., y Parker, R. H. C. (2007). Dos décadas de investigación y desarrollo en liderazgo transformacional. *Rev. del Centro de Inv*, 7(27), 25-41.

Mosley, D. Megginson, L., y Pietri, P. (2005). *Supervisión. La práctica del empowerment, desarrollo de equipos de trabajo y motivación*. México: Thompson.

Nader, M., y Sánchez, S. B. E. (2010). Estudio comparativo de los valores de líderes transformacionales y transaccionales civiles y militares. *Anales de Psicología*, 26(1), 72-79.

Nader, M., y Castro, S. A. (2007). Influencia de los valores sobre los estilos de liderazgo: un análisis según el modelo de liderazgo transformacional-transaccional de Bass. *Univ. Psychol*, 6(3), 689-698.

Pedraja, L., y Rodríguez, E. (2004). Efectos del estilo de liderazgo sobre la eficacia de las organizaciones públicas. *Revista Facultad de Ingeniería. U.T.A.*, 12(2), 63-73.

Rosas, M. (2006). El estilo de liderazgo de los directores de las Unidades de Servicio de Apoyo a la Educación Regular U.S.A.E.R. Un estudio descriptivo en la Coordinación 1 del D.F. Instituto Politécnico Nacional. Tesis de Maestro en Ciencias en Administración y Desarrollo de la Educación no publicada. Instituto Politécnico Nacional, México.

Análisis del *Mobbing* dentro de la empresa Servi Pavos de México, S.A. de C.V. Estudio de caso

Omar García Jiménez

Tecnológico de Estudios Superiores del Oriente del Estado de México

José Ramón García

Tecnológico de Estudios Superiores del Oriente del Estado de México

Resumen

El mobbing, acoso grupal, moral o psicológico, cualquier nombre con el que se le designe, es un síndrome de investigación social el cual consiste en la agresión sutil sistemática, recurrente a un individuo por parte de un grupo durante un periodo de tiempo, por lo tanto el individuo acosado se resiste a la voluntad del grupo, tal maltrato se quebranta con repetidas conductas grupales.

En este trabajo conoceremos algunos conceptos de mobbing , así como los diferentes tipos de acoso laboral los cuales pueden ser de forma horizontal o vertical dependiendo del entorno laboral en donde se lleve a cabo el mismo, su clasificación y etapas, el marco jurídico establecido en los artículos de la Ley Federal del Trabajo en México y sus respectivas sanciones. Durante la investigación se llevará a cabo un estudio de caso para determinar el grado de percepción que tienen los trabajadores de la empresa Servi Pavos de México, S.A. de C.V. respecto del acoso laboral

.

Palabras clave: Mobbing, agresión laboral, tipos de mobbing.

Introducción

La violencia, es un fenómeno cada vez más frecuente en nuestra sociedad, en los últimos años, este fenómeno ha sido de tal magnitud que ha cobrado varias víctimas y ha sido objeto de noticias en portadas de medios de comunicación. La existencia de rencillas, envidias y malas relaciones personales en el trabajo siempre han existido, pero recientemente el —Mobbing‖ está adquiriendo tal magnitud que empieza a considerarse como un riesgo laboral tanto como al trabajador como a los jefes principalmente al empleado al grado de hacerle la vida imposible.

En el trabajo o centros laborales es fácil encontrar roces o discusiones entre compañeros y/o entre jefes, pero algo distinto es cuando una persona o un grupo de personas ejercen una violencia psicológica extrema sobre otra persona en el lugar de trabajo. Este es un claro ejemplo de mobbing.

Aunque los episodios de mobbing todavía no se han estudiado convenientemente, no podemos minimizar su importancia pues se trata una psicopatología emergente que está empezando a ser reconocida por los tribunales bajo diferentes aspectos, según se encaucen los daños en la jurisdicción social, (despidos improcedentes, consideración de accidente de trabajo, rescisión de contrato, etc.) en la civil, laboral o incluso en lo penal.

El acoso laboral es un problema grave, que no solo afecta a las víctimas directas. Sus consecuencias negativas se extienden a su familia y amigos, sus compañeros de trabajo, la

empresa e incluso a todo el conjunto de la sociedad, ya que genera unos altos costos asistenciales al pensionarse anticipadamente un trabajador.⁷

Uno de los principales problemas que tiene la empresa denominada —Servi Pavos de México, S.A. de C.V.‖ dentro del área de recursos humanos lo constituye el grado tan alto de rotación de personal, ausentismo así como demasiadas quejas de los trabajadores por el trato recibido del director de ventas. Pero muchas de estas quejas no trascienden debido a que esta empresa a pesar de ser una empresa grande en cuanto al nivel de ingresos o ventas anuales, es una empresa familiar por lo que muchos comportamientos que tiene el director de ventas, se consideran como casos aislados. Consideramos a priori que estos elementos visibles son simplemente los síntomas de una enfermedad llamada Mobbing, de ahí la importancia que reviste esta investigación de estudio de caso.

El objetivo de este trabajo de investigación es determinar el grado de mobbing que perciben o tienen los empleados en el desarrollo de su trabajo, ya que existen ciertos síntomas que son perceptibles o bien son susceptibles de medirse como son indicadores de ausentismo, alta rotación de personal, excesivos costos en cursos de inducción y capacitación que se invierten en el personal de nuevo ingreso.

Para el logro de este objetivo revisaremos el marco conceptual relativo al tema de mobbing y de ser posible trataremos de adaptar algunos conceptos sobre todo en la elaboración del constructo para ser aplicado en el contexto nacional, ya que para determinar o medir el

⁷Consecuencias del mobbing. Consultado en <http://www.elmobbing.com/consecuencias-mobbing-acoso-laboral> el 20 de julio de 2014 a las 17:20 hrs.

grado de acoso laboral influyen las cuestiones de tipo cultural. (Fidalgo & Piñuel, 2004) citado por Zoni, María Paz y Olaz, Fabián O., 2008.

Etimología de la palabra Mobbing.

De acuerdo con Nazario, —*El término mobbing tiene su origen en la palabra latina mobilevulgus, que significa el movimiento de la gentuza, de lo plebeyo, por eso cuando la palabra pasa al sustantivo inglés mob, es una abreviatura de mobilevulgus, del latín que se interpreta como “populacho inestable” grupo de gente sin orden ni concierto, muchedumbre, multitud desordenada, tumultuosa, violenta.*‡ (2005, pp. 2-3)

Así la palabra mob fue utilizada por las clases pudientes en el siglo XVIII para describir al proletariado pobre, pero como una abreviación mob para expresar la idea de movimiento, que también se plasmará luego en expresiones como la de movimiento obrero o movimientos sociales, y describir el movimiento incontrolado, sobre todo si es masivo de las clases pobres que siempre ha representado la pesadilla de las clases dominantes en el capitalismo, para evitar la proletarización y la propiedad privada, y de allí pasa al verbo to mob que significa literalmente atacar, atropellar, agredir, tal como se describe el verbo mob en el diccionario inglés los significados de plural mobs y mob sustantivo. (Nazario, 2005).

La palabra «mob» (del latín «mobilevulgus») ha sido traducida como multitud, turba, muchedumbre y «to mob» como «acosar, atropellar, atacar en masa a alguien. Varios son los términos que se están utilizando para hacer referencia a estas situaciones. Se utilizan diferentes expresiones inglesas como mobbing, bossing o salking; y entre las españolas,

acoso moral, acoso psicológico, acoso medioambiental o psicosocial, hostigamiento psicológico, psicoterror laboral. También se ha denominado terror psicológico o medioambiental, violencia horizontal, síndrome del chivo expiatorio, síndrome del rechazo del cuerpo extraño, harassment, síndrome de acoso institucional.

Concepto de Mobbing

De acuerdo con el journal de trabajo y psicología organizacional *“En los años 60 Laymann⁸ detectó un especial tipo de comportamiento hostil en la escuela que se mantenía durante un largo periodo de tiempo, este comportamiento fue denominado mobbing.”*(1996)

A principios de los 80 el profesor Layman encontró el mismo tipo de comportamiento hostil a largo plazo en empleados y en sus lugares de trabajo. Desde entonces es el experto internacional más reconocido en el campo del mobbing en los lugares de trabajo. (1996)

Para Leymann *“es la situación en la que una persona ejerce una violencia psicológica extrema, de forma sistemática y recurrente durante un tiempo prolongado sobre otra persona o personas en el lugar de trabajo con la finalidad de destruir las redes de comunicación de la víctima o víctimas, destruir su reputación, perturbar el ejercicio de sus labores y lograr que finalmente esa persona o personas acaben abandonado el lugar de trabajo.”*⁹

La palabra — mobbingl es utilizada por primera vez por el profesor Leymann en la década de los 80s , al frente de un equipo sueco de investigación, realmente Leymann recoge el

⁸El profesor Heinz Leymann nació el 17 de julio de 1932 en la localidad de Wolfenbüttel, Alemania, pero se nacionalizó como ciudadano sueco en 1955. Vivió en allí largos años. Era doctor en psicología pedagógica y también obtuvo el grado de doctor en la ciencia médica de la psiquiatría.

⁹ Tomado de <http://contenidos.universia.es/especiales../mobbing/concepto/index.htm> las 17:15 hr. el 20-jul-2014

término que ya había utilizado el zoólogo y etnólogo austriaco Konrad Lorenz, (premio nobel en 1973 por sus estudios del comportamiento animal) en su última etapa estudiara el comportamiento de los animales observando que grupos de la misma especie reaccionaban contra los nuevos elementos de la misma y contra los débiles del grupo. (Rojo, Cervera, 2005, p. 15)

En cualquier caso la mayoría de las definiciones sobre acoso moral comparten tres elementos:

- a) Se define en términos de su efecto sobre la víctima, no según la intención del agresor o agresora.
- b) Debe existir una consecuencia negativa sobre la víctima.
- c) El comportamiento agresor debe ser persistente.

Para el departamento de trabajo e industria de la generalitat de Catalunya en su primera Jornada de Análisis Integral del Mobbing define al mobbing como: *“Conjunto de comportamientos, acciones o conductas ejercidas por una o diversas personas de forma sistemática y a lo largo del tiempo, destinadas a dañar la integridad física y psicológica de una o más personas, con un desequilibrio de fuerzas, con el objetivo de destruir su reputación y sus redes de comunicación y perturbar el ejercicio de sus funciones aprovechando las deficiencias en el sistema organizativo.”*(2008)¹⁰

¹⁰Acuerdo celebrado en —Primera Jornada de Análisis Integral del Mobbing| celebrada por el departamento de trabajo e industria de la generalitat de Catalunya promovida por —S.E.D.I.S.E.M.| Servicio Europeo de Información sobre Mobbing, el —CSCONCI de las Comarcas de Girona y el —Gabinete Técnico Jurídico de la CONC de Girona. (2008)

A partir de los párrafos anteriores podemos conceptualizar la palabra mobbing como todo aquel acto que deriva en una violencia psicológica, física, verbal, etc., de uno o varios individuos hacia un tercero en la entidad (empresa) que éste labore, dando como resultado un mal desempeño laboral de ambas partes.

Clasificación del Mobbing

Al conceptualizar el mobbing nos referimos a dos clasificaciones diferentes, una en función de la dirección del acoso y otra en función de los objetivos que persigue. La clasificación en función de la dirección del mismo nos proporcionará dos tipos de acoso el vertical y el horizontal, y a su vez el vertical podrá ser ascendente o descendente. (Pares, 2006)

- **Acoso vertical descendiente:** es el realizado del jefe al subordinado, se trata de la presión ejercida por un superior sobre uno o más subordinados y también se le llama bossing. Este tipo de mobbing es el más recurrente en la empresas, es un comportamiento en el que la persona que ostenta el poder a través de desprecios, falsas acusaciones e incluso insultos, pretendiendo minar el ámbito psicológico del trabajador acosado para destacar frente a sus subordinados, para mantener suposición jerárquica o simplemente se trata de una estrategia empresarial cuyo objetivo es deshacerse forzando el abandono —voluntario de una persona determinada sin proceder a su despido legal, ya que no significaría costo alguna para la empresa.
- **Acoso vertical ascendente:** va de subordinado al jefe, es la presión ejercida por un trabajador o un grupo de trabajadores sobre un superior jerárquico. Es cuando una persona que ostenta un rango jerárquico superior en la organización se ve agredida

por uno o varios subordinados. Generalmente se produce cuando se incorpora a la empresa una persona del exterior con un rango jerárquico superior y sus métodos no son aceptados por los trabajadores que se encuentran bajo su dirección, o porque ese puesto es ansiado por alguno de ellos.

Otra modalidad sería aquella en que un trabajador(a) que es ascendido a un puesto de responsabilidad en virtud del cual se le otorga la capacidad de organizar y dirigir a sus antiguos compañeros. La situación se complica si no se ha consultado previamente el ascenso al resto de trabajadores y éstos no se muestran de acuerdo con la elección, o si el nuevo responsable no marca unos objetivos claros dentro del departamento generando intromisiones en las funciones de alguno o algunos de sus componentes.

- **Acoso horizontal:** es el que se da entre iguales, es decir de compañeros a compañeros. En este caso la presión es ejercida por un trabajador o un grupo de trabajadores uno de sus compañeros. Los trabajadores tienden a hacer grupos es una necesidad del humano estar interrelacionado, toda clase de grupos tienen una identidad propia independientemente de cómo sea el comportamiento de las persona que lo conforman, un trabajador(a) se ve acosado(a) por un compañero con el mismo nivel jerárquico, debido a problemas personales o bien porque alguno de los miembros del grupo sencillamente no acepta las pautas de funcionamiento aceptadas por el resto. Otra circunstancia que da lugar a este comportamiento es la existencia de personas físicas o psicológicamente débiles o distintas, estas

diferencias son explotadas por los demás simplemente para pasar el rato o lo toman como mera distracción.

Diferentes tipos de Mobbing

Los diferentes tipos en función de los objetivos que persigue, nos da cuatro tipos, a saber: el estratégico, el de dirección, el perverso y el disciplinario.¹¹

Acoso Estratégico: Es el acoso del timo o fraude por excelencia, Se trata de un acoso "institucional" porque forma parte de la estrategia de la empresa que tiende a los "despidos" evitando pagar indemnizaciones, los directivos se aprovechan de las fusiones realizadas para ir ahorrando del plan social, y este método permite a las empresas poco escrupulosas embolsarse las numerosas ayudas al empleo, que existen en el país, para luego, deshacerse del nuevo trabajador exactamente después de haber cumplido los plazos legales, para recontratar a otros de la edad o del tipo de conductas específicas.

Acoso de Dirección: Es el acoso ejercido por la dirección de la institución.

Se trata de un acoso de gestión u organizativo y puede tener dos objetivos: eliminar a un trabajador poco sumiso o forzar situaciones de esclavismo laboral.

El eliminar un trabajador que "no entra en el moldel, viene determinado porque el perverso organizacional ha escalado posiciones y se ha situado en un cargo con un cierto poder dentro de la empresa.

¹¹Tipos de Mobbing tomado de: <http://www.mobbingresearch.cl/tipos.html> las 13:08 Hrs. el 22-jul-2014.

Acoso Perverso: El acoso perverso es el más abundante, corresponde a la totalidad de los casos de acoso horizontal, y de acoso vertical descendente, y a algunos casos, menos, de acoso vertical ascendente o bossing.

Es el tipo de acoso que la terapeuta francesa Marie-France Hirigoy en define en sus múltiples facetas. En realidad, este tipo de acosador se presenta sobre todo como un manipulador, solo manifiesta su verdadera naturaleza frente a la víctima, sin testigos. (2001)

Acoso Disciplinario: puede tener varios objetivos:

- Llevar a la víctima a entender que debe "entrar en el molde" o castigarla si no lo hace.
- Aterrorizar los testigos de estas violencias para hacerse temer sugiriéndoles lo que les puede llegar a pasar a ellos.

Es la categoría utilizada contra los delegados y otros cargos electos o contra todos aquellos cuyo carisma o competencia hace sombra al instigador del acoso.

Sirve también para deshacerse de los individuos "demasiado enfermos", quiénes tienen "demasiadas" bajas, o mujeres que tuvieron la imprudencia de anunciar su embarazo.

Fases de Mobbing

Según Pares las siete etapas del mobbing se estructuran de la siguiente manera de acuerdo con el principio y final del mobbing en una empresa. (2004)

Etapas I, Seducción: Descripción: Sin esta fase no puede darse el acoso. En esta fase el acosador aún no ha manifestado su gran potencial violento, normalmente la seducción va

dirigida a la víctima, pero en ocasiones la seducción está destinada al entorno de la víctima, y esta fase puede quedar enmascarada.

Etapa II, conflicto: Aparición de un conflicto, disputas personales puntuales, diferencias de opinión, persecución de objetivos diferentes, o fricciones personales, relación interpersonal ya fuera buena o neutra, sufre bruscamente un cambio negativo.

Etapa III, acoso: La parte más fuerte adopta actitudes molestas para la otra. Son acciones sutiles, indirectas y difíciles de detectar. Están destinadas a atacar el punto más débil de la víctima con el objetivo de castigarla por su insumisión.

Etapa IV, entorno: La respuesta del entorno laboral será la que determinará la resolución rápida del acoso o bien su implantación permanente, con el consiguiente daño en la salud del acosado, por tanto el entorno es un elemento básico en el desarrollo o en la resolución del acoso laboral.

Etapa V, intervención de la empresa: El acosador utiliza actitudes o comportamientos de aislamiento y de agresión o ataque más directo o contundente. Con ello consigue que la organización le consienta los atropellos. Pueden aparecer comportamientos de acoso grupal y la víctima empieza a ser vista como una amenaza o molestia, como "persona no grata" su responsabilidad. Se acaba dando bajas médicas sucesivas a la víctima en lugar de buscar el foco emisor o la raíz del problema, personalidad y comportamiento de la víctima cambia y el acosador lo aprovecha para indicarlo como causa del problema. Incluso si la víctima

lucha contra las conductas anómalas del acosador este hecho será interpretado por la plantilla como una actitud negativa por parte de la víctima.

Etapa VI, exclusión: El aislamiento de la víctima es extremo y generalizado por parte de la plantilla, consiste en la exclusión del acosado del mundo laboral, ya sea por despidos, jubilaciones anticipadas, invalidez, pérdida de la razón y a veces, incluso, con pérdida de la vida (suicidio, accidentes laborales mortales).

Etapa VII, recuperación: Nueva Fase, (la recuperación) debido al mayor conocimiento y difusión de este proceso destructivo, existen personas en la empresa (jefes y compañeros) que se niegan a agredir y también existen personas fuera de la empresa que ayudan a la reparación del daño recibido.

Factores necesarios para el inicio y desarrollo del Mobbing

Para que el mobbing exista como tal son necesarios al menos tres factores:

Un acosador, una víctima y la complicidad de quien asiste a ese maltrato.

Además, incluye dos fenómenos:

El abuso de poder y la manipulación perversa por parte del agresor y una institución incompetente para resolver conflictos.

Entre los factores que incrementan la probabilidad de acoso moral son los siguientes:

- La cultura organizativa que aprueba el comportamiento de acoso moral o no lo reconoce como problemas
- Un cambio repentino en la organización

- El empleo inseguro
- Las malas relaciones entre el personal y la dirección y bajo niveles de satisfacción con la dirección
- Escasas relaciones con los compañeros
- Niveles extremos de exigencia laboral
- Deficiencia en la política de personal y falta de valores comunes
- Niveles generalmente elevados de estrés laboral

Consecuencias del Mobbing

Las consecuencias psicológicas y físicas del mobbing sobre las personas afectadas son devastadoras, desde lo psicológico son comunes: el estrés, la ansiedad y la depresión, en cuanto a las dolencias físicas, al bajar las defensas, aparecen males a los que la víctima ya estaba predispuesta como problemas dermatológicos, cardíacos, gastrointestinales o alérgicos.

Leymann, asegura que —El lugar de trabajo es el único campo de batalla que queda donde las personas se pueden matar unas a otras sin correr el riesgo de ser enjuiciadas! (1996)

Existen diversas consecuencias personales, laborales y sociales para un trabajador que es acosado laboralmente.

Tabla 1 —Consecuencias personales que afectan a los trabajadores que sufren violencia y hostigamiento en el lugar de trabajo.!	
Afectación muy diversa	<ul style="list-style-type: none"> • Miedo acentuado y continuo
Ansiedad estado constante	<ul style="list-style-type: none"> • Sentimientos de amenaza

Generalización de la ansiedad	<ul style="list-style-type: none"> • Sentimientos de: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Fracaso ❖ Impotencia ❖ Frustración ❖ Infravaloración
Trastornos Emocionales	
Distorsiones Cognitivas	<ul style="list-style-type: none"> • Concentración • Atención • Memoria
Agravación de problemas previos	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades • Trastornos diversos
Trastornos Psicósomáticos	<ul style="list-style-type: none"> • Alteraciones del sueño • Trastornos de alimentación
Afectación Grave	<ul style="list-style-type: none"> • Defensas Bajas • Depresión Grave • Suicidio

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. —Consecuencias laborales que afectan a los trabajadores que sufren violencia y hostigamiento en el trabajo.l	
❖ Mal ambiente de trabajo	❖ Despreocupación por la satisfacción de los clientes
❖ Afectación de la calidad y cantidad del trabajo	❖ Mayor ausentismo y bajas laborales
❖ Interferencias en los circuitos de información y comunicación	❖ Aumento notable de las consultas al servicio médico
❖ Decremento de la creatividad e innovación	❖ Aumento de la probabilidad de accidentes <ul style="list-style-type: none"> ▪ Por desatención ▪ Por negligencia ▪ Por descuidos instantáneos ▪ Voluntarios
❖ Pérdida de motivación	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. —Consecuencias sociales y comunitarias que afectan a los trabajadores que sufren violencia y hostigamiento en el trabajo.¶

❖ Pérdida de fuerza de trabajo y de población activa	❖ Aumento en la población general de las atribuciones negativas hacia los efectos del trabajo
❖ Aumento del gasto económico dedicado a bajas laborales y/o jubilaciones e incapacidades	

Fuente: Elaboración propia.

Marco jurídico. (Ley Federal del Trabajo)

En México, este tipo de fenómenos no ha sido estudiado sistemáticamente; así pues, no hay cifras ni referencias oficiales sobre la extensión, el grado, el carácter y las tipologías particulares que asume el hostigamiento laboral.

El mobbing es un comportamiento negativo entre superiores e inferiores jerárquicos de una organización laboral, a causa del cual la o el afectado es sometido a ataques sistemáticos, directos o indirectos, durante mucho tiempo de manera continua. Este fenómeno adquiere patrones similares en el nivel internacional, pero se le percibe de diferentes modos según las culturas (Fondevila, 2008)¹².

En México, el tipo de acoso laboral más extendido es el congelamiento: ignorar y —hacerle el vacío¶ a la víctima. Y es percibido de diferentes modos conforme la posición

¹²Doctor en Derecho, Universidad de Buenos Aires. Profesor–investigador del Centro de Investigación y Docencia Económicas–División de Estudios Jurídicos. Temas de especialización: administración de justicia; funcionamiento empírico de instituciones judiciales; Derecho y Sociología laboral

socioeconómica del afectado. Los sectores de escasos recursos lo perciben como una manera de discriminación social.

El marco legal del acoso laboral se encuentra dentro en la Ley Federal de Trabajo (2014) y menciona al respecto lo siguiente:

Artículo 3 bis. Para efectos de esta ley se entiende por.¹³

a) hostigamiento, el ejercicio del poder en una relación de subordinación real de la víctima frente al agresor en el ámbito laboral, que se expresa en conductas verbales, físicas o ambas.

b) acoso sexual, una forma de violencia en la que, si bien no existe la subordinación, hay un ejercicio abusivo del poder que conlleva a un estado de indefensión y de riesgo para la víctima, independientemente de que se realice en uno o varios eventos.

Artículo 47: son causas de rescisión de la relación de trabajo, sin responsabilidad del patrón.

Fracción VIII. Cometer el trabajador actos inmorales o de hostigamiento y/o acoso sexual contra cualquier persona en el establecimiento o lugar de trabajo.

Artículo 51: Son causas de rescisión de la relación de trabajo, sin responsabilidad para el trabajador.

¹³ Ley Federal del Trabajo, 2014, editorial, ISEF.

Fracción II. Incurrir el patrón, sus familiares o cualquiera de sus representantes, dentro del servicio, en faltas de probidad u honradez, actos de violencia, amenazas, injurias, hostigamiento y/o acoso sexual, malos tratamientos u otros análogos, en contra del trabajador, cónyuge, padres, hijos o hermanos.

Artículo 133: Queda prohibido a los patronos o a sus representantes.

Fracción XII. Realizar actos de hostigamiento y/o acoso sexual contra cualquier persona en el lugar de trabajo.

Fracción XIII. Permitir o tolerar actos de hostigamiento y/o acoso sexual en el centro de trabajo.

Artículo 135: Queda prohibido a los trabajadores.

Fracción XI. Acosar sexualmente a cualquier persona o realizar actos inmorales en los lugares de trabajo.

Artículo 994: Se impondrá multa, por el equivalente a.

Fracción VI. De 250 a 5,000 veces el salario mínimo general, al patrón que cometa cualquier acto o conducta discriminatoria en el centro de trabajo; al que realice actos de hostigamiento sexual o que tolere o permita actos de acoso u hostigamiento sexual en contra de sus trabajadores.

El Senado aprobó reformar el Código Penal Federal para sancionar con una multa de hasta 40 días de salario mínimo a quien cometa acoso laboral, mejor conocido como mobbing;

además, en caso de que quien acosa fuera superior jerárquico además de la multa se le destituirá de su cargo o empleo.¹⁴

Metodología

Uno de los instrumentos más difundidos para la evaluación del Mobbing lo constituye el Barómetro Cisneros, elaborado por Piñuel, el cual es considerado como la primera herramienta de evaluación del Mobbing en español (Fidalgo & Piñuel, 2004). Este instrumento es un cuestionario que permite sondear de manera periódica el estado y los índices de violencia en el entorno laboral. Consta de tres escalas, la escala Cisneros para evaluar el grado de Mobbing, una segunda escala para valorar el estrés postraumático construida a partir de los criterios diagnósticos y una tercera escala para de abandono profesional que mide la intención de la persona de cambiar de trabajo y/o profesión.

La escala de Mobbing objetiva 43 conductas de acoso psicológico solicitando de la persona que responde que valore en una escala tipo de 0 (nunca) a 5 (todos los días) el grado en que es afectada por cada una de las conductas de acoso. Si bien la escala posee adecuadas propiedades psicométricas, la misma no ha sido adaptada a nuestro medio o entorno nacional.

La utilización de test psicológicos creados en otros contextos culturales es una práctica frecuente en nuestro medio. Sin embargo, la utilización de un determinado test en un

¹⁴Propuesta de reforma en el Código Penal Federal para el acoso laboral, tomado de: http://www.milenio.com/politica/Aprueba-Senado-despedir-acoso-laboral_0_260374484.html de fecha 11 de marzo del 2014 consultado el 21 de julio de 2014 a las 8:24 Hrs.

contexto cultural diferente al que fue creado genera diversas dificultades. El idioma, la familiaridad con los estímulos, la comparabilidad de las muestras de estandarización son algunas de las dificultades que pueden operar como fuentes de sesgo (Tornimbeni, Pérez & Olaz, 2008)

Para el desarrollo de este trabajo solamente nos enfocaremos en la primera escala que nos permite evaluar el grado de mobbing dentro de una empresa situada en la Ciudad de México, dicha empresa cuenta con 90 trabajadores en total. La investigación se realizó con una metodología de estudio de caso, para examinar el fenómeno —mobbingl dentro de la empresa Servi Pavos de México, S.A. de C.V.

El total del personal con que cuenta esta empresa se encuentra clasificado de la siguiente manera:

Clasificación del personal por género	
Hombres	50
Mujeres	40

Clasificación del personal por función desempeñada	
Administrativos	20
Ventas	65
Directivos	5

Clasificación del personal por rango de edad	
De 18-30	20
30-40	50
40-50	15
50-60	5

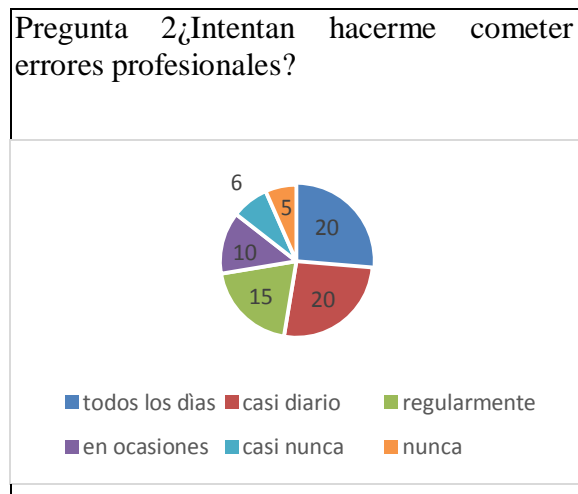
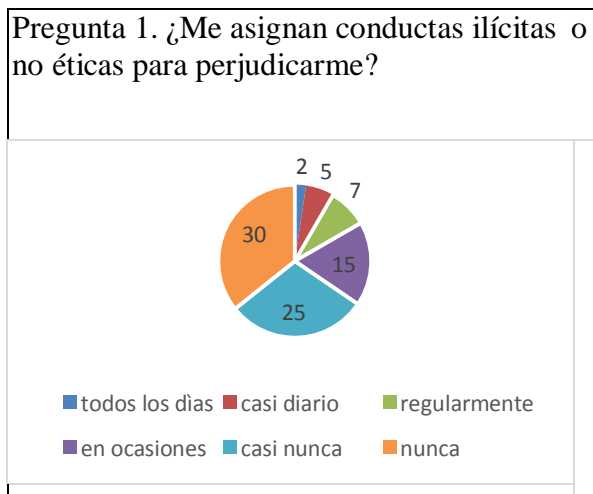
Para el desarrollo de la investigación se escogió esta empresa debido a las facilidades otorgadas por el Administrador general para medir o determinar el grado de acoso laboral por parte de la organización.

Se elabora un constructo pertinente para el levantamiento de la información el cual consiste en entrevistar a 85 trabajadores de la empresa debido a que del universo total de 90 empleados, 5 forman parte del consejo directivo y son además dueños y familiares de la empresa, por lo que para este estudio se excluyen.

El cuestionario consta de 20 preguntas, que van en la escala de 0=nunca, 1=casi nunca, 2=en ocasiones, 3=regularmente, 4=casi diario y 5= todos los días.

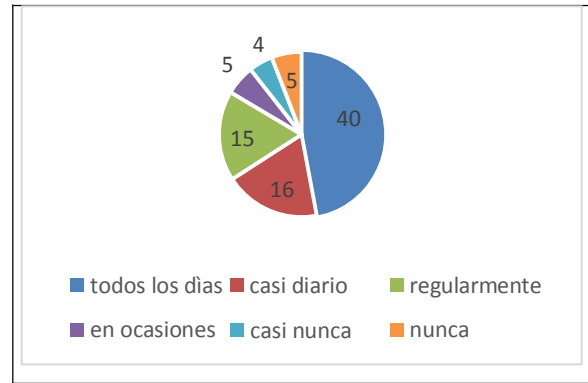
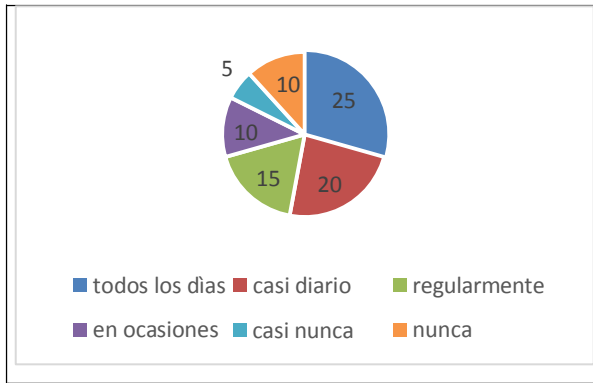
Resultados de la primera escala

A partir de los cuestionarios aplicados a los 85 empleados de la empresa Servi Pavos, S.A. de C.V., se muestran solamente 6 preguntas representativas para determinar o medir el grado de percepción que tienen los empleados respecto del acoso laboral.

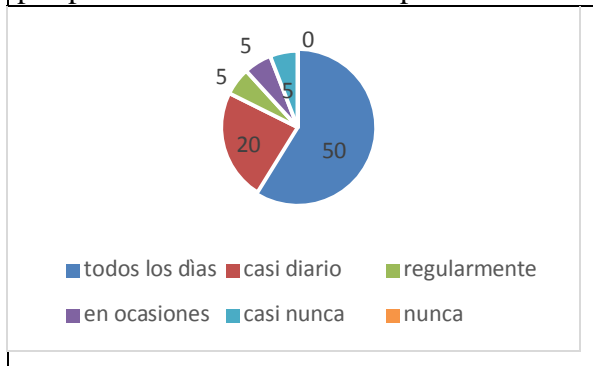


Pregunta 9. ¿Me menosprecian personal o profesionalmente?

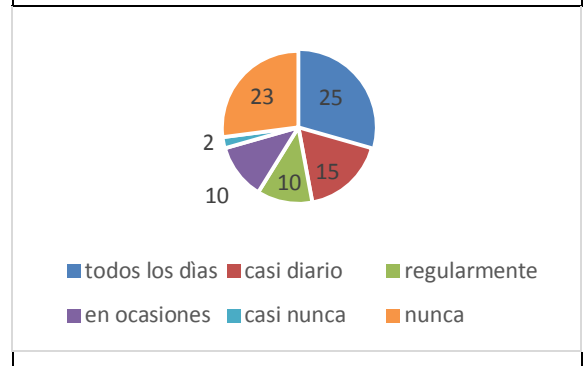
Pregunta 13. ¿Me acusan injustificadamente de incumplimientos y errores?



Pregunta 15. ¿Existen sobre nombres o apodos a los demás compañeros de trabajo por parte de los dueños o compañeros?



Pregunta 19, ¿Me asignan tareas que pone en peligro mi salud?



A partir de la información recopilada, podemos observar en estas preguntas tomadas de manera aleatoria, que la mayoría del personal se siente acosado laboralmente, ya que se les inculpa de los errores aunque ellos no sean los responsables directos, existen sobrenombres o —apodos‡ para referirse a una persona así sea de nuevo ingreso, por otro lado también contestaron la mayoría que les ordenan realizar labores que ponen en peligro su integridad física. Este primer acercamiento hacia la empresa se verá más completo en la medida en que se instauren las otras dos escalas, así como crear un ambiente propicio para corregir los problemas relativos al mobbing.

Conclusiones

Actualmente el mobbing ha tomado una gran relevancia por la masiva difusión que los medios de comunicación han hecho en nuestro país, México tiene una sociedad en la que se obliga a los ciudadanos y ciudadanas a triunfar solo —aplastandol al resto de los compañeros y compañeras. El problema de nuestra sociedad es que somos muy envidiosos si vemos que a una persona le está yendo bien, hacemos todo lo posible porque ella no sobresalga, ahí damos pie al mobbing el cual se origina por envidia y celos hacia nuestros compañeros de trabajo.

El mobbing se produce en cualquier lugar laboral, es frecuente que tenga lugar en ambientes donde exista una —gran competitividadll, con una organización caótica y en donde no están bien definidas las jerarquías.

Es necesario combatir al mobbing el cual destruye a la víctima produciéndole numerosas alteraciones en el plano psicológico y físico, como en el contexto familiar, laboral, social y comunitario.

Podemos concluir que el mobbing o acoso laboral es una situación que provoca una persona o grupo de personas que elaboran y fomentan el terror psicológico a la víctima en el entorno laboral, no necesariamente el daño físico, sin o con los malos tratos, hostigamiento y esto con el fin de que la víctima no se sienta a gusto en su entorno laboral lo que provoca que tenga ganas de regresar a trabajar o tener demasiado ausentismo y finalmente renuncie.

El mobbing es un tema nuevo en las organizaciones o empresas por lo que no se ha implementado una norma que ampare a las víctimas además de la falta de información hacia el personal de la empresa.

En México ya se empieza a conocer este tipo de infracción laboral mediante la Ley Federal de Trabajo y el Código Penal Federal, en el cual aplican sanciones por cometer el mobbing dentro de las organizaciones.

Dentro del estudio de caso se pudo detectar que la mayoría de los trabajadores que laboran dentro de la empresa Servi Pavos de México, S.A. de C.V., tienen una percepción de que son acosados laboralmente, ya que continuamente sufren hostigamiento por parte de uno de los dueños y director de ventas dentro de la empresa, situación que se complica ya que los trabajadores al interponer las quejas a la dirección general, no se corrige esta situación ya que la empresa a pesar de ser considerada como una grande por el volumen de ingresos, está catalogada como una empresa familiar, ya que todos los directores y socios de la misma son hermanos.

Se recomienda completar las otras dos escalas elaboradas por Piñuel a efecto de que se corrija el entorno laboral y con ello mejorar las relaciones laborales y reducir costos operativos.

Bibliografía

¿Qué es el mobbing? Consultado en: <http://contenidos.universia.es/especiales../mobbing/concepto/index.htm> las 17:15 hrs. el 20-jul-2014.

Acuerdo celebrado en —Primera Jornada de Análisis Integral del Mobbing celebrada por el departamento de trabajo e industria de la generalitat de Catalunya promovida por Servicio Europeo de Información sobre Mobbing, (S.E.D.I.S.E.M.) y Comarcas de Girona (CSCONC), y el Gabinete Técnico Jurídico de la CONC de Girona. (2008)

Consecuencias del mobbing. Consultado en: <http://www.elmobbing.com/consecuencias-mobbing-acoso-laboral> el 20 de julio de 2014 a las 17:20 hrs.

Fondevila, Gustavo (2008) —El hostigamiento laboral como forma de discriminación: un estudio cualitativo de percepción, revista Mexicana de Sociología, Rev. Mex. Sociol vol.70 no.2 México abr./jun. 2008 consultado en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-25032008000200003&script=sci_arttext el día 29 de julio del 2014 a las 14:31 hrs.

Anexo 1 “Cuestionario aplicable a los trabajadores de la empresa Servi Pavos de México, S.A. de C.V., para medir el grado de acoso laboral en un lapso de trabajo correspondiente a un mes.

No	Pregunta	0	1	2	3	4	5
1	¿Me asignan conductas ilícitas o no éticas para perjudicarme?						
2	¿Intentan hacerme cometer errores profesionales?						
3	¿Intentan persistentemente desmoralizarme o bajar mi autoestima?						
4	¿Me privan de información necesaria para hacer mi trabajo?						
5	¿Limitan malintencionadamente mi acceso a ascensos o promociones?						
6	¿Difunden rumores (chismes) acerca de mí con el fin de perjudicarme?						
7	¿Me controlan excesivamente con el fin de encontrarme alguna falla?						
8	¿Me hacen bromas inapropiadas y crueles?						
9	¿Me menosprecian personal o profesionalmente?						
10	¿Sin importar lo que haga desvalorizan mi trabajo?						

11	¿Modifican mis tareas o responsabilidades sin decirme nada?						
12	¿Distorsionan malintencionadamente lo que digo en mi trabajo?						
13	¿Me acusan injustificadamente de incumplimientos y errores?						
14	¿Me asignan tareas o trabajos por debajo de mi capacidad profesional o mis competencias?						
15	¿Existen sobre nombres o apodos a los demás compañeros de trabajo por parte de los dueños o compañeros?						
16	¿Me interrumpen continuamente impidiendo expresarme?						
17	¿Me asignan tareas y trabajos absurdos?						
18	¿Me abruman con una gran cantidad de trabajo?						
19	¿Me asignan tareas que pone en peligro mi salud?						
20	¿Me impiden que adopte las medidas de seguridad necesarias para realizar mi trabajo?						

La Organización Liviana como estrategia de competitividad para las Pequeñas y Medianas Empresas.

Gerarda Yolanda Hernández Callejas.

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo ICEA

Adriana Luz María Montiel Ávila

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo ICEA

Resumen.

En el presente trabajo, se plantan los constructos teóricos de la teoría de la Organización Liviana, de los autores Adolfo Arata Andreani y Luciano Furlanetto (2001) que es un modelo que vincula la estructura organizacional con la gestión, con la característica de privilegiar los procesos en contraposición de las funciones por la simplificación y estandarización de los procedimientos y por el valor que se les da a las personas en función de sus competencias, así como la capacidad de trabajo en equipo, incorpora la noción de gestión participativa, que es el estilo que favorece el desarrollo de un sistema empresarial liviano, integrado, ágil y focalizado.

Palabras clave: Organización Liviana, Pequeñas y medianas empresa, gestión.

Introducción

Las organizaciones públicas y privadas se encuentran inmersas en un contexto global que determinan su actuar, en esta era, es importante que tanto los directivos como los integrantes de una organización conozcan, analicen y comprendan qué es la organización y hacia donde está orientada, dirigiendo las acciones a lograr, que éstas se adapten a los

cambios que la dinámica social política y económica han originado la estructura actual de las organizaciones.

La tendencia actual se dirige a lograr que las empresas sean competitivas, esto conlleva a analizar un conjunto de constructos que permitan a los empresarios del siglo XXI innovar la estructura organizacional incorporando los avances de la ciencia, de la tecnología así como las políticas económicas que determinan tanto el desarrollo empresarial como la posibilidad de convertirse en negocios competitivos.

Los elementos que en la actualidad están construyendo el futuro de la estructura organizacional son fundamentalmente el conocimiento, las Tecnologías de la comunicación y las tendencias a la competitividad tanto de productos como de servicios.

El interés por entender los cambios de las estructuras organizacionales se origina con el desarrollo de la industria, diferentes tendencias se recuperaron al interior de las empresas tratando de explicar los disfuncionamientos que se presentaban, de tal forma que las aportaciones para dar respuesta a estas inquietudes, se han realizado y aplicado una serie de propuestas que tienen que ver con la estructura de la organización y el comportamiento de los actores que la integran, así, destaca el planteamiento del Ing. F. W Taylor con el enfoque hacia la producción propuso la reducción de tiempos y movimientos, Henry Fayol que identificara las áreas operacionales de la organización para lograr una mejor administración.

Otros acercamientos, se orientaron a la estructura de la organización destacando la teoría de la Burocracia de Max Weber, al contraponerse a la visión mecanicista de la organización, plantea una visión que con el tiempo aún sigue teniendo influencia en todos los ámbitos ya sea en la administración pública como en la privada, diversos planteamientos se fueron desarrollando conjuntamente con el desarrollo de la ciencia logrando aportaciones con enfoques psicológicos, sociológicos y de las ingenieras, todos de gran importancia en el momento de su aplicación lo que permitió construir una noción de los elementos importantes para lograr el desarrollo de las empresas.

En el presente trabajo, se planten los constructos teóricos de la teoría de la Organización Liviana, de los autores Adolfo Arata Andreani y Luciano Furlanetto (2001) que es un modelo que vincula la estructura organizacional con la gestión, con la característica de privilegiar los procesos en contraposición de las funciones por la simplificación y estandarización de los procedimientos y por el valor que se les da a las personas en función de sus competencias, así como la capacidad de trabajo en equipo, incorpora la noción de gestión participativa, que es el estilo que favorece el desarrollo de un sistema empresarial liviano, integrado, ágil y focalizado.

Enfoques teóricos de la Organización

A partir del surgimiento de la industria, ante la necesidad de incrementar sus ganancias, diferentes enfoques se desarrollaron durante el siglo pasado y en la actualidad referente al estilo de las organizaciones con la finalidad de obtener mejores resultados de sus integrantes; estos estilos se han planteado desde diferentes paradigmas relacionados estrechamente con la evolución que han tenido las empresas y con el contexto económico y

social que ha permeado su existencia. Destaca de acuerdo con (Dávila Carlos, 2001) la propuesta de Frederik Taylor conocida como la —Administración científica‖ en la que se reconoce un primer acercamiento a las organizaciones debido a que se centra en la maximización de la productividad enfoque que ya visualiza la participación de los diferentes actores en el logro de los objetivos a partir de la máxima eficiencia.

Este enfoque tuvo gran impacto en los Estados Unidos y en otros países que ya determinaban las bases para el desarrollo empresarial, sin embargo con la aportación de las diferentes ramas ciencia se fueron incorporando diferentes tendencia con aportación de sociólogos, psicólogos, e ingenieros que paulatinamente aportaron constructos que en la actualidad permiten ser recuperados para y en la determinación de las estructuras organizacionales.

Destaca el planteamiento del sociólogo Max Weber con la teoría de la burocracia con una propuesta que tiene impacto en las organizaciones públicas y privadas y que hasta la actualidad sigue predominando en las estructuras de diferentes organismos públicos, en las grandes empresas y en pequeñas y medianas empresas, enfatiza la idea de hombre ideal como base de su teoría en el sentido de que sea el hombre adecuado para el puesto adecuado, en este contexto, predomina la especialización como requisito para ocupar determinada función. El concepto burocrático para Weber es la organización eficiente por excelencia. Para lograr esa eficiencia, la burocracia necesita:

1. Carácter legal de las normas y reglamentos.
2. Carácter formal de las comunicaciones.
3. Carácter racional y división del trabajo.

Para Chiavenato (2007), la burocracia es un enfoque de sistemas cerrados, en donde existe impersonalidad en las relaciones, rutinas y procedimientos estandarizados y predomina la competencia técnica y meritocrática.

El enfoque de la teoría general de sistemas es una perspectiva moderna de las teorías de la organización, que presenta un conjunto de constructos para comprender el estudio de las organizaciones, esta teoría plantea que la vida en sociedad está organizada alrededor de sistemas complejos en los cuales, el hombre trata de proporcionar alguna apariencia de orden a su universo; la vida está organizada alrededor de instituciones de todas clases así, en cada clase social, cualquiera que sea nuestro trabajo o intento, tenemos que enfrentarnos a organizaciones y sistemas (Bertalanffy, 1989). La principal premisa de la teoría general de sistemas es que para entender completamente la operación de un organismo social, este debe ser concebido como un sistema. (Rodríguez Valencia 1999)

En este paradigma Bertalanffy incorpora el constructo de sistema como un conjunto de elementos interactuantes que adquieren insumos del ambiente, los transforman y descarga su producto en el ambiente externo, la necesidad de insumos y productos refleja su dependencia del ambiente, los elementos interactuantes significan que la gente y los departamentos dependen uno del otro y deben trabajar conjuntamente, en esta perspectiva, la idea de sistemas abiertos es determinante para el buen funcionamiento de las organizaciones, por la importancia que tiene interactuar con el ambiente, las funciones específicas que se requieren para la supervivencia de la organización corren por cuenta de departamentos que actúan como subsistemas.

Los subsistemas organizacionales desempeñan cinco funciones esenciales:

1. Servir de enlace sobre los límites de la organización.
2. Producción
3. Mantenimiento
4. Adaptación
5. Administración

Esta teoría predominó para el estudio de las organizaciones debido al interés por las interacciones en el entorno organizacional así como la comprensión de factores externos sin embargo tuvo cuestionamientos referente a la importancia que se le da a la estructura organizacional sobre el comportamiento, así mismo la limitante que tiene el presentar una descripción de los sucesos sin realizar un análisis del mismo. (Carlos Dávila, 2001)

Importancia de la Organización en la Pequeña y Mediana empresa

De las investigaciones que se han realizado en torno a las Pequeñas y Medianas Empresas se encuentran entre otras, estudios relacionados con las estructuras organizativas, estrategias competitivas y ventajas estratégicas de las PyMES; en España, (César Camisón Zornoza), La competitividad de las Pequeñas y medianas empresas (PyMES) Españolas ante el reto de la Globalización (César Camisón), estudios en donde se identifica la importancia de las PyMES ya que —son una fuente esencial del espíritu emprendedor e innovador, contribuyendo al crecimiento económico, a la creación de empleo y a la cohesión social en los ámbitos regional y local (Camisón,2009). En México, se han realizado estudios de importancia como el presentado por Saavedra denominado —La PyME y el nivel de competitividad meso en México en su estudio destaca, que la competitividad empresarial depende de la productividad, la rentabilidad, la posición

competitiva en el mercado interno y externos en la búsqueda de la relación de la PyME y el desarrollo regional identifica entre otros aspectos, que — La competitividad de la PyME tiene una relación importante con el aporte que cada entidad federativa realiza al PIB nacional, (Saavedra, 2011) así mismo se encuentra una importante relación con el nivel educativo, la generación de empleo y el desarrollo regional En Investigación realizada por Reyes López(2013), se plantea la siguiente pregunta: ¿Cómo apoyar la toma de decisiones de los empresarios ejecutivos de las PyMES para promover competitividad sustentable en su organización?; identifica encontró como resultado de su investigación el autor identificó como factores internos de mayor significancia para la competitividad de las PyMES:

- La calidad del producto o servicio.
- Capacidad financiera y de liquidez.
- El desarrollo de Innovación y la posición tecnológica.
- Gestión de Ventas y Mercadotecnia
- La formación de Mandos Gerenciales y de Nivel Directivo
- Los procesos Administrativos y de la Productividad.

Referente a los factores externos se identificaron de mayor importancia los siguientes:

- Las Cadenas Productivas y Clúster Industrial
- Entorno específico del Sector Industrial
- La Integración con un Grupo Estratégico
- La Formación de Redes Sociales y de Contacto Profesional

En el estudio realizado por Edit Hernández, et. al. (2011) de la Universidad de Tlaxcala, se analizan las problemáticas de las PyMES, en su entorno interno y externo, tomando como

base estudios realizado por la Comisión Intersecretarial de Política Industrial (CIPI,2003); de la Secretaría de Economía; del Centro de Estudios Industriales de la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin); del Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C.(Compite) y del Banco Internacional de Desarrollo entre otros; en esta investigación se identificaron las siguientes problemáticas de la Pequeñas y Medianas Empresas, destacando entre otros:

Problemas Internos.

- La estructura.
- La Organización
- Escasa inversión en innovación, desarrollo y tecnología
- La capacidad de producción ociosa
- Baja capacitación y deficiencia de mano de obra
- Productos con calidad deficiente
- Sistemas de organización deficiente
- Acumulación de inventarios
- Problemas de comunicación gerente equipo de trabajo
- Proveeduría altamente concentrada
- Insuficiente participación en las exportaciones
- Poco acceso al financiamiento externo
- Desvinculación con otras empresas e instituciones académicas
- Desactualización de maquinaria y equipo

Problemas externos.

- Limitada posibilidad de acceso al financiamiento externo
- No se tiene acceso a mano de obra calificada
- Desvinculación con otras empresas
- Tasas de interés elevadas
- Burocratismo y complicada estructura gubernamental
- Desafiar la globalización y los cambios tecnológicos
- Costos elevados de insumos
- Programas de fomento poco eficientes
- Alta imposición tributaria
- Elevados costos de servicios
- Educación, política fiscal e información
- Barreras para acceder al financiamiento

Las problemáticas mencionadas, permiten identificar que las pequeñas y medianas empresas han transitado por una serie de situaciones que representan obstáculos para su continuidad, así mismo se deduce que al interior surgen un sinnúmero de problemas resultado de la ausencia de una organización bien definida de acuerdo a las características y problemáticas propias de este tipo de negocios diferente totalmente a las grandes empresas; así también predomina la falta de capacitación de personal que cumpla con las competencias para incorporarse al mercado laboral que demanda actualmente la sociedad globalizada.

Considerando esta problemática, es importante reconsiderar los paradigmas de organización con enfoques diferentes de tal forma que sean recuperados por los emprendedores de pequeñas y medianas empresas e inicien formas diferentes de dirigirlos buscando permanentemente ser competitivas y orientar todos sus esfuerzos a la satisfacción del cliente con productos de calidad, así mismo, al interior de la organización fomentar la participación de todos los involucrados propiciando un ambiente de estabilidad y seguridad para todos los actores sociales.

Es en este sentido que experimentar con la propuesta de Organización Liviana podría apoyar el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas constituyéndose con un conjunto de valores y principios que instituyan paradigmas diferentes en la en la forma de gestión y organización.

Constructos de la organización Liviana

La Organización liviana es una propuesta que surge ante los cambios sociales, Políticos y económicos, y del desarrollo tecnológico, particularmente en las telecomunicaciones y el transporte; en este marco, los autores Adolfo Arata Andreani y Luciano Furlanetto plantean que las empresas de este siglo tendrán que desarrollarse sobre una base internacional teniendo al mundo como referencia pero, sin dejar de reconocer su responsabilidad local con la finalidad de preservar las identidades culturales.

Estos planteamientos representan cambios de paradigmas en las teorías de la administración en general y en particular en los enfoques teóricos de la organización que es lo que representa la propuesta teórica de la organización Liviana; los fundamentos filosóficos que

proponen una organización que reduzca los costos globales, la condición fundamental es integrar por lo que se requiere privilegiar los procesos sobre las funciones, la gestión de la organización debe orientarse al resultado predominando: La calidad, el servicio y los costos. En el contexto actual la empresa con Organización Liviana para ser competitiva y aceptada y permanecer vigente, tendrá permanentemente que ser:

- **Una empresa flexible**, en el sentido de disponer de capacidad y voluntad para adaptarse continuamente y con facilidad al entorno y a los cambios tanto culturales como tecnológicos sin descuidar su patrimonio histórico. (Arata y Furlanetto,2001)
- **Una empresa sensible** con los clientes a los que debe servir, producir según sus requerimientos y exigencias, y fundamentalmente prever e influir en los escenarios futuros.
- **Una empresa innovadora**, que tenga la capacidad de pensar de forma distinta para crear y desarrollar nuevas soluciones de acuerdo a necesidades futuras.
- **Una empresa líder:** Ante las demandas y necesidades de la economía global, es relevante la propuesta de los autores en el sentido de que las empresas con organización liviana deben perseverar por mantener una posición —topl a nivel mundial en su segmento de mercado, distinguiéndose por el desarrollo de ventajas competitivas por sobre las ventajas comparativas, que tienen a diluirse a un medio que mejora
- **Una empresa humana:** Con el fin de conseguir una organización integrada y caracterizada por una gestión participativa en la que cada miembro está comprometido, involucrado, pero también sea reconocido y recompensado. En definitiva, una empresa respetuosa con las personas y con el medio ambiente, donde la ética debe ser una condición conductual.

Las empresas se caracterizan fundamentalmente por su gente y por su cultura organizacional, influyéndose mutuamente. Es así como una misma persona, en otra organización de características similares, muestra un comportamiento diferente, dado el efecto que produce en ella la cultura de la nueva organización. En este sentido es sustancial reconocer la importancia de las personas, con sus propios conocimientos y comportamientos direccionados por la cultura empresarial, requieren de recursos adecuados financieros, tecnológicos, materiales, insumos, procedimientos y otros para el desarrollo de los procesos de negocios orientados a la innovación, la manufactura, el marketing y la distribución, y naturalmente orientados a satisfacer a los clientes que demandan los bienes y servicios de la empresa.

En este enfoque, las personas son reconocidas como el factor estratégico de la competitividad debido a que incorporan la inteligencia y son generadoras de la cultura empresarial sin embargo, ha prevalecido una fuerte orientación hacia el beneficio individual por sobre el interés de la empresa manifestándose en la figura de las jefaturas principalmente resultando excesivo derroche — las estructuras organizacionales , al igual que las personas también influyen en la generación de derroche cuando se ordenan por funciones descuidando los procesos y las unidades de negocios orientados a los clientes tanto externos como internos de la organización

La Organización liviana está en desacuerdo con las formas tradicionales de organización funcional, en las que se requiere de estructuras jerárquicas muy pesadas y burocráticas, generando derroches que —producen grandes costos escondidos y que se manifiestan de diversas formas, generando un uso innecesario de recursos para el cumplimiento de sus metas, destacando:

- Sobredotación de personal
- Redundancias exageradas
- Sobrestock
- Complejidad de procedimientos
- Pérdidas de calidad
- Contaminación ambiental

De acuerdo a lo anterior, la propuesta de Arata y Furlanetto (2001) propone que las organizaciones funcionales cambien su estructura organizacional para ser competitivas con dos ejes sustanciales: El estilo de gestión y la forma de organización.

El estilo de gestión requiere incorporar dos principios fundamentales.

1. Orientación al cliente; En este aspecto, se considera al cliente como actor principal de la vida de la empresa desde el momento en que es importante contar con un sistema permanente que permita identificar sus necesidades e interpretar acertadamente los requerimientos de los productos y servicios.

2. Eliminación del derroche; una empresa competitiva debe orientarse permanentemente a eliminar y evitar todo aquello que no entregue valor agregado al cliente final. Esto implica la mejora continua de la productividad, la eliminación del uso innecesario de recursos, el aprovechamiento de las capacidades intelectuales y la creatividad del capital humano de la empresa.

El modelo de organización liviana se basa en los siguientes principios:

1. La gestión por procesos; que consiste en reconocer a la empresa como un conjunto interrelacionado de procesos regulados —por la relaciones que se establecen proveedor-cliente entre las fronteras de los eslabones de la cadena de valor, conformadores de las Unidades Operativas Elementales
2. La externalización de actividades; consiste en considerar la participación de terceros en todas aquellas actividades y funciones —que no son parte del core bussines‡ y que por lo tanto no son factores estratégicos diferenciadores de la empresa.

En este marco, la Organización Liviana propone para que una empresa sea evolucionada de calidad mundial, en el aspecto organizacional debe ser integrada, en donde la responsabilidad de los procesos es global; es liviana con una estructura organizacional plana en la que no se den derroches y ágil en la disminución de tiempos y la habilidad para identificar soluciones en donde se presenten problemas.

Esta forma de organización requiere de personal capacitado, que se involucre y comprometa con la empresa pero la organización debe permitir que sus cualidades se

desarrollen permanentemente sin necesidad del mando y control central que generan estructuras jerárquicas y pesadas; la organización liviana busca —una estructura participativa Donde toda persona deba ser reconocida por sus capacidades intelectuales e inteligencia, por sobre sus capacidades operativas

Modelo para implementar la Organización Liviana en las PyMES

Un principio básico para adoptar un modelo de organización liviana, consiste en reemplazar las organizaciones funcionales por aquellas en las que las personas identifiquen claramente el —negocio principall del proceso productivo o del servicio, de esta forma el verdadero cliente tanto interno como externo será atendido oportuna y apropiadamente.

En este enfoque, se considera que toda empresa ya sea grande pequeña o mediana debe desagregarse pero sin perder el objetivo global, a través de una Dirección General (DG) la importancia consiste, en asignar responsabilidades locales claramente definidas y que estén asociadas a los procesos intervienen en la cadena generadora de valor agregado para el producto o servicio orientado al cliente; es importante considerar que este planteamiento aplica, tanto en organizaciones públicas como privadas desde el momento en que siempre se tendrá un objetivo a seguir, sin embargo para efecto de los procesos propios de las empresas responsables de ofrecer servicios o productos se tendrá que definir con precisión la persona responsable de llevarlas a efecto.

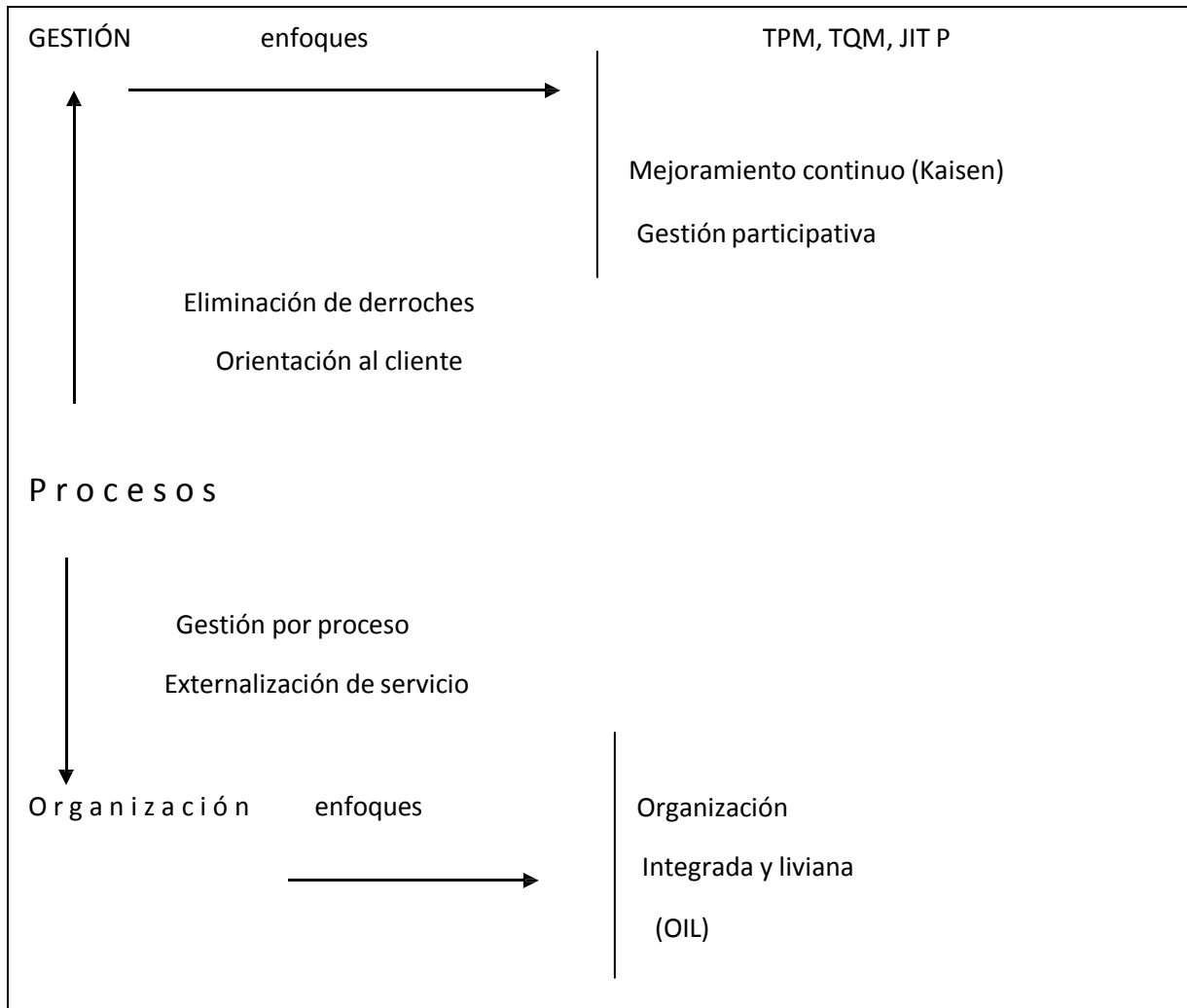
De tal forma, la primera segmentación de la organización consiste en identificar las unidades que pueden operar en forma autónoma donde su producto o servicio tenga referente de mercado.

Esta organización va a contar con Divisiones Operacionales Estratégicas (DOE) que tendrán como función operar autónomamente pero sin perder la idea de integración y deben competir con el mercado abierto. Estas divisiones pueden ser estratégicas si están asociadas al —core business‖; también pueden ser llamadas Unidad Estratégica, Unidad de Negocios, Unidad de Administración Autónoma, Unidad de gestión Autónoma.

Una división Operacional Estratégica (DOE) se conceptualiza como una parte definida de la organización en la que sus productos y servicios tienen referente de mercado y cuenta con autonomía para decidir su estilo de gestión orientado a la competitividad dando respuesta a los lineamientos generales de la empresa (Arata Andreani,2001) así mismo al concepto de comercialización de producto se debe agregar claramente la definición del cliente al que se le va a servir, el resultado que se debe medir, el proceso que es necesario optimizar, y el recurso que se desea ordenar y transformar.

En la Organización Liviana, la División Operacional Estratégica valora y organiza sus actividades en torno a los bienes o servicios que produce en la búsqueda de otorgar un beneficio a sus clientes, con la característica de optimizar el uso de sus activos, los métodos de trabajo y la relación con sus clientes y proveedores.

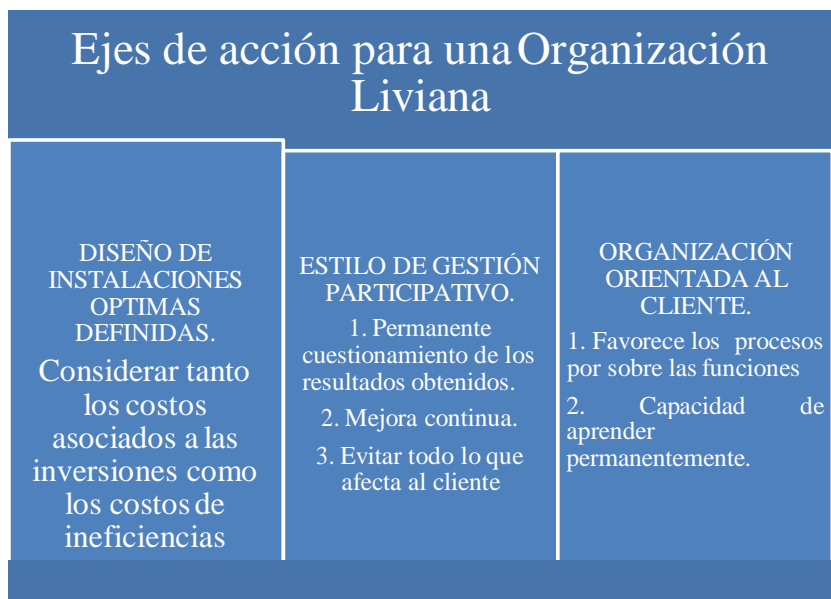
MODELO DE ORGANIZACIÓN LIVIANA



Fuente: Adolfo Arata Andreani. Luciano Furlanetto. —Organización Liviana un modelo de excelencia empresarial. Ed. McGraw-hill Interamericana. Santiago-Chile, 2001

La segunda segmentación consiste en identificar las unidades básicas que pueden operar en forma autónoma, gestionando un proceso claramente determinado; el modelo de Organización Liviana, busca una lógica estructural en la que se tenga capacidad para aprender en la que se busca la valoración del ser humano, de acuerdo con sus capacidades diferenciadoras, inteligencia, innovación, creatividad entre otras características a considerar. El papel del área de Operaciones en la competitividad de la empresa es esencial

su responsabilidad es la producción de una gran variedad y volumen de productos y servicios de alta calidad con una mínima cantidad de recursos, para cumplir con este propósito debe operar en tres ejes de acción que se relacionan e interactúan:



Esta propuesta representa la oportunidad para los pequeños y medianos empresarios que realizan sus actividades conforme a las formas tradicionales en sus empresas, continúan realizando estilos de organización que si bien tuvieron respuesta en otro contexto y momento histórico, la actualidad nos muestra la importancia de reconsiderar cambios que favorezcan la estructura de las pequeñas y medianas empresas y se establezcan las bases para lograr que sean competitivas y logres su permanencia en el mercado.

Bibliografía.

Adolfo Arata Andriano. Luciano Furlanetto. —Organización Liviana un modelo de excelencia empresarial|| Ed. McGraw-hill Interamericana. Santiago-Chile, 2001

Camisón Zornoza, César y Monserrat NavARRO. —estructuras Organizativas, estrategias competitivas y ventajas estratégicas de las PyMES. Universidad de Valencia

Chiavenato, Idalberto —Introducción a la teoría general de la administración|| *editorial: McGraw-Hill, Séptima edición, 2007*

Edit Hernández Flores, et.al.||Modelo para generar un entorno competitivo local en el desarrollo de la PyME.Universidad autonoma de Tlaxcala. Centro de Investigación yposgrado de la facultad de Ciencias Económico-administrativas, 2011

L. de Gevara Carlos David. Teorías Organizacionales y Administración: Enfoque crítico. Ed. McGraw-Hill 2ª. Edición 2001

Ludvin Von Bertalanffy, Teoría general de los sistemas. Fondo de cultura económica Mexico, 1989

Saavedra, M. (2010). Hacia la determinación de la competitividad de la PYME Latinoamericana. XII Asamblea general de ALAFEC, Lima-Perú, 9-12 de noviembre.

REYES LÓPEZ OCTAVIO —GESTÓN DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL|. xvii CONGRESO INTERNACIONAL EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS. 2013

Weber, Max From Max Weber Essays in Sociology. Editado por Hans H. Gerth y traducido por C. Wright Mills.1970

Factores internos y externos asociados a la competitividad y éxito empresarial

Martín Aubert Hernández Calzada

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo- Instituto de Ciencias Económico Administrativas

Dra. Jessica Mendoza Moheno

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo- Instituto de Ciencias Económico Administrativas

Resumen

La presente ponencia tiene como objetivo analizar desde una perspectiva teórica, los factores externos e internos que inciden en la competitividad empresarial y los cuales están asociados al éxito de las empresas. Para identificar los factores que inciden en la competitividad empresarial, en esta ponencia, primeramente, analizamos los diferentes conceptos de competitividad clasificándolos en tres niveles empresarial, sectorial y el marco económico general, en segundo término, identificamos de acuerdo a la literatura, cuáles factores internos y externos permiten que las empresas sean competitivas, y por último destacamos las características de los recursos estratégicos que deben desarrollar las empresas.

PALABRAS CLAVE: Competitividad, factores externos e internos, éxito empresarial.

Introducción

En nuestros días, una de las grandes tendencias a las que se han enfrentado las organizaciones, es la competitividad, se dice que al estar en un mercado, sea cual sea, las organizaciones ya están compitiendo, sin embargo, ¿quién de ellas llega a tener niveles competitivos que las lleven a tener un éxito empresarial?, quizá muy pocas.

La competitividad de las organizaciones está asociada con determinantes o factores macroeconómicos y microeconómicos (Porter, 2003; Salas, 1993), por lo tanto, la competitividad de las organizaciones se ve influenciada por dos tipos de factores externos e internos (Martín, 1993; Nelson, 1992).

Los factores externos que condicionan la competitividad de las organizaciones, invariablemente se encuentran relacionadas al entorno competitivo, a la cultura empresarial, a los marcos reguladores de cada país, a instituciones que faciliten la cooperación y la creación de intangibles (Cuervo, 1993; Salas, 1993), así como a un comportamiento de los agentes sociales que acepten cooperar y acumular capacidades como base de la competitividad.

Las fuentes de ventajas competitivas en las organizaciones son diversas y tienen su origen en las diferentes actividades que se ejecutan en la empresa, como el diseño, la producción, el marketing, las finanzas, la gestión de los recursos humanos.

Las empresas deben de incluir recursos y capacidades que reúnan ciertas características originales que las distingan de otras y eso las llevará a tener un éxito competitivo (Camisón, 2001).

El objetivo de esta ponencia es analizar desde una perspectiva teórica, los factores externos e internos que inciden en la competitividad empresarial y los cuales están asociados al éxito de las empresas.

La ponencia se divide en tres partes, en la primera destacamos el concepto de competitividad, clasificándolos en tres niveles empresarial, sectorial y el marco económico general, en la segunda, abordamos los determinantes que influyen en la competitividad de las empresas, ubicándolos como factores internos y externos, y en la tercera parte abordamos las conclusiones.

Para llevar a cabo esta ponencia, realizamos una investigación documental en artículos y libros, en los cuales se maneja los conceptos de competitividad y los factores asociados al éxito empresarial, en los cuáles se manifiestan algunas precisiones de carácter teórico y en algunos de ellos evidencia empírica.

El Concepto Competitividad

Las empresas son consideradas como sujetos activos de la competitividad, sin embargo, sus decisiones de organización y estrategia afectan su desempeño, de tal forma que su competitividad se encuentra condicionada por las características de los mercados en los que participa y el entorno macroeconómico (Martín, 1993).

Las teorías contemporáneas del comercio internacional se forman a partir de los fundamentos del concepto competitividad, sin embargo dicho concepto también ha sido adaptado para el estudio económico de las regiones y ciudades (Sobrinho, 2003). La forma de competir en los mercados explica las diferencias que existen entre los resultados que se observan en las diferentes empresas (Lafuente y Yagüe, 1993) y en el comportamiento de los entes económicos de un país al exterior (Turmo, 2003).

En la actualidad existe una fuerte presión para las organizaciones debido a la globalización económica, la apertura de mercados y los cambios continuos, aunados a la incertidumbre que provocan los mismos, el incremento de la competencia y el uso creciente de nuevas tecnologías de información (Aragón y Sánchez, 2003; Fernández, Montes, y Vázquez, 1997), por lo tanto, se sitúa a la competitividad como uno de los elementos más importantes para mejorar su desempeño (Aragón y Sánchez, 2003; Arroyo, Arroyo y Berumen, 2003) y por ende, lograr su supervivencia (Simón, 2001).

El concepto competitividad se ha utilizado primordialmente haciendo referencia a tres niveles de análisis de competitividad de la empresa (Cuervo, 1993; Fernández, 1995; Fernández et al 1997; Salas, 1993; Simón, 2001): el nivel del marco económico general (nivel nacional), el nivel sectorial y por último el nivel empresarial, de acuerdo con la Teoría Económica, ubicaríamos al primer nivel dentro del de la macroeconomía y a los niveles sectoriales y de empresa a nivel de la microeconomía (Hughes, 1993).

A continuación en el Cuadro 1 se presentan diversos conceptos de competitividad, clasificados conforme al nivel de estudio.

Cuadro 1. Conceptos de Competitividad

Nivel	Autor	Concepto
Empresarial	Camisón (1997)	La competitividad de una empresa puede considerarse como una medida del éxito de la empresa, por lo tanto, el éxito competitivo es aquél que es manifestado por la capacidad de una empresa a través de una gestión eficiente de la combinación de recursos internos y externos disponibles a la organización, mediante el desarrollo de estrategias que le permitan competir en el mercado y rivalizar en mercados abiertos, al desarrollar ventajas competitivas sostenibles.
	Jenkins (2000)	La competitividad es un sinónimo del desempeño de las empresas en el largo plazo y de su capacidad de aportar cuantiosas ganancias a los dueños.

Sectorial	Porter (1990)	La competitividad de una nación depende de las capacidades que tiene su industria en cuanto a la innovación y mejoras, por esta razón, las empresas, debido a las presiones y retos, lograrán ser mejores competidores.
	Salas (1993)	La competitividad de una economía, es aquella que se asocia con la capacidad que demuestran las empresas para crecer y obtener mayor participación en los mercados en los cuales compiten empresas de otros países.
Marco Económico General	Porter (2003)	La competitividad representa la fuente de prosperidad de una nación, y el estándar de vida de ella misma se determina por la productividad de su economía, medida en bienes y servicios producidos por unidad, de los recursos humanos, de capital y naturales que el país posee, concepto que Porter (1990), ya había manifestado y que incluía además la necesidad de que las naciones competitivas tuvieran como propósito el conseguir un alto nivel de vida para sus ciudadanos. De ahí que los determinantes de la productividad y del crecimiento de la misma, está representado, por un lado: el contexto macroeconómico, político, legal y social para el desarrollo, así como los fundamentos microeconómicos; los cuales se dividen en dos y que interactúan: el nivel de sofisticación en las operaciones y en la estrategia de la firma y la calidad del ambiente macroeconómico para los negocios, el cual tiene que ver con instituciones políticas, legales y sociales estables, política macroeconómica adecuada que propicie el potencial para mejorar la prosperidad del país.
	Sobrino (2003)	La competitividad desde el punto de vista de un territorio (región o país) se conceptualiza como la capacidad de acceso de un territorio al mercado doméstico o de exportación, que al igual que en la empresa, en la medida que tenga una mayor presencia en los mercados domésticos o internacionales, su competitividad será mayor.

Fuente: Elaboración propia a partir de: Camisón (1997); Jenkins (2000); Porter (1990 y 2003); Salas (1996); Sobrino (2003)

Retomando los conceptos de Porter (2003), y los señalados anteriormente, donde se involucran, tanto variables de tipo macroeconómico, como microeconómico para definir la competitividad, podemos especificar, de acuerdo con los señalamientos de Esser,

Hillebrand, Messner y Meyer-Starner (1996), que la competitividad es sistémica, definiendo a la competitividad industrial como el producto de una interacción que es compleja y dinámica, entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional: nivel meta, nivel macro, nivel meso y nivel micro.

La perspectiva de la competitividad sistémica implica que el proceso de ésta, no sea únicamente responsabilidad del empresario, sino que es indispensable que exista un ambiente favorable en cada uno de los niveles (Ruiz, 2004), a través de la interacción de los cuatro niveles: micro, macro, meta y meso.

De acuerdo con lo señalado por Esser et al (1996), la competitividad de una empresa está basada en el padrón organizativo de la sociedad en su conjunto, involucrando al Estado, las empresas, las instituciones intermedias y la capacidad organizativa de la sociedad y por ello toma el carácter de competitividad sistémica. Los parámetros de relevancia competitiva que se encuentran en cada uno de los niveles del sistema y la interacción que se da entre ellos es lo que genera ventajas competitivas.

Esto demuestra que la competitividad no surge espontáneamente si se modifica el contexto macro, como lo describe Ruiz (2010) al señalar que algunos de los países más competitivos del mundo no cuentan con una política encaminada a lograr la competitividad del país, o si simplemente se recurre al espíritu de la empresa a nivel micro (Esser et al, 1996), entendiendo que la competitividad de un país no debe estar considerada por la capacidad de competir de sus agentes económicos, porque el todo es la suma de sus partes (Turmo, 2003).

De acuerdo con Prahalad y Hamel(1990), es imperante reconocer la importancia que tienen para las empresas el desarrollo de estrategias y la creación de competencias nucleares (*corecompetence*) que las hagan ser más competitivas, permitiéndole: el acceso a una variedad amplia de mercados, un aumento significativo del valor del producto para el usuario final y la armonización única de tecnologías y habilidades de producción (además de desplegar una importante acumulación de conocimientos (*KnowHow*), rutinas y procedimientos operativos, los cuales constituyen las habilidades que hacen distintas a las empresas y que son difíciles de imitar por sus competidores, aunado del capital humano específico que desarrolla e implementa las diversas estrategias que la llevan a tener ventajas competitivas (Salas, 1993), capital humano dirigido por directivos que acumulan formación gerencial altamente eficaz (Martín, 2007).

Determinantes que Influyen en la Competitividad de las Empresas

Diversos autores implican a la competitividad de las empresas con determinantes o factores macroeconómicos y microeconómicos o ambos (Porter, 2003; Salas, 1993), por lo tanto, la competitividad de la empresa se ve influenciada por dos tipos de factores externos e internos (Martín, 1993; Nelson, 1992), tal como se recoge en la Figura 1.

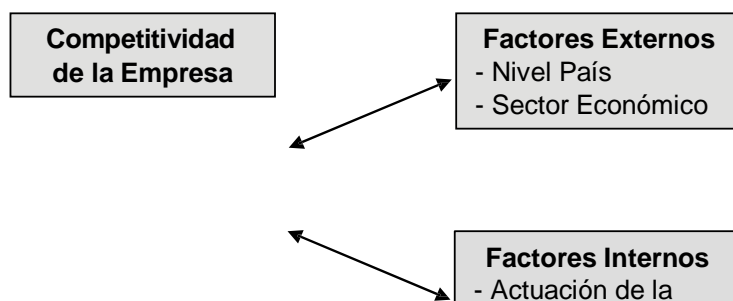


Figura 1. Factores que Influyen en la Competitividad de las Empresas

Fuente: Elaboración propia a partir de: Martín (1993); Nelson (1992)

Factores Externos que Influyen en la Competitividad

Los indicadores de competitividad representan ciertas medidas cuantitativas del éxito competitivo de una unidad de análisis (empresas, industria y nación), sin embargo no son consideradas como variables explicativas de ese desempeño, ya que a las variables explicativas se les conoce como los factores o determinantes de la competitividad y en su caso, de las ventajas competitivas, concepto considerado más acorde a lo empresarial que al económico, y que se refiere a un proceso dinámico de acumulación de factores externos e internos relativos a la producción (Sobrino, 2003).

El enfoque de los factores externos que afectan a la empresa en su competitividad, encuadrándolos en la macroeconomía y que se sitúan a nivel país, deben ser aquellos que propicien una estabilidad en las empresas por medio de mejoras en ellos, dichos factores macroeconómicos están relacionados con la adecuada combinación de políticas macroeconómicas (Salas, 1993), como las políticas monetarias y fiscales de las naciones, lo que incide en el tipo de cambio del país con respecto a países competidores y el manejo de los diversos tipos de interés de capital, por lo tanto, la competitividad de las naciones dependerá de la eficiencia en que el mercado de los factores macroeconómicos asignan recursos buscando una estabilidad de precios y estimulando la inversión productiva (Fernández et al 1997).

Es imperante que en los países exista un adecuado marco regulador que permita que los mercados funcionen correctamente, la competitividad de las empresas se encuentra íntimamente relacionada a otras variables externas que afectan a la misma y que en algún

sentido tienen que ver con las infraestructuras de transporte y telecomunicaciones y niveles educativos que posean las naciones (Cuervo, 1993).

Actualmente los mercados son más complejos y heterogéneos, Fernández et al (1997), señalan que la competitividad de un país, no sólo dependerá del tamaño y disponibilidad de inventarios de factores productivos, sino que intervendrán el funcionamiento de organizaciones económicas, como lo son los mercados y empresas, que permitirán explotar esos factores, por lo tanto, la organización y el grado de eficiencia de los mercados no es igual en todas las naciones, lo que implica que el nivel cultural de los habitantes de un país (Cuervo, 1993; Fernández et al 1997; Salas, 1993) y el sistema de relaciones laborales (Fernández et al 1997), sean elementos que influyen en el factor trabajo de cada nación y por lo tanto, no es homogéneo, al igual que el factor capital y el nivel tecnológico (Fernández et al 1997; Ruiz y Kagami, 1993), lo que reflejará que los niveles de eficiencia en cada país sean diferentes.

El grado de competitividad no debe atribuirse únicamente al país o a un sector, ya que una nación o diversos sectores llegarán a ser competitivos en la medida que sus empresas lleguen a serlo, sin embargo, ciertas características del sector público, como son las elevadas trabas administrativas, un mercado de capitales poco eficiente, un sistema educativo que no corresponde a las necesidades de formación de la industria, servicios caros y de calidad baja, son circunstancias que inciden en la competitividad de las empresas (Salas, 1993), sin embargo, es necesario resaltar que ninguna nación puede ser competitiva en todos los sectores económicos (Porter, 1990).

De acuerdo con Porter (1990), uno de los factores que pueden llevar a las empresas a lograr ventajas competitivas dentro de una nación es el fomento a la innovación. La capacidad de innovación de las empresas se encuentra afectada en gran medida por diversos atributos que poseen las naciones: las condiciones de los factores, las condiciones de la demanda, los sectores afines y auxiliares y por último, la estrategia, estructura y rivalidad en las empresas.

Referente a los factores sectoriales que influyen en la competitividad de la empresa, debemos reflexionar que difícilmente se puede evaluar la misma, sin considerar las condiciones que presentan los diversos sectores en las que se encuentran las empresas, en cuanto al comportamiento de sus costos (Porter, 1990), precios (Cuervo, 1993), economías de escala (Salas, 1993; Porter, 1990) márgenes de beneficios, tipos de cambio (Porter, 1990), cuotas de mercado y exportación (Fernández et al 1997). Los beneficios medios de las industrias son muy diferentes entre sí, por lo tanto, las posibilidades de éxito o fracaso de las empresas se encuentran condicionadas por el sector o industria a la que pertenezca, generalmente, las oportunidades de beneficio en un sector para un conjunto de empresas se relacionan de manera inversa con la intensidad de la competencia que existe en éste (Cuervo, 1993).

Las variables externas que condicionan la competitividad de las empresas, invariablemente se encuentran relacionadas con el entorno competitivo, la cultura empresarial, los marcos reguladores de cada país, instituciones que faciliten la cooperación y la creación de intangibles (Cuervo, 1993; Salas, 1993), así como a un comportamiento de los agentes sociales que acepten cooperar y acumular capacidades como base de la competitividad. Por lo tanto, las empresas, no sólo competirán al minimizar sus costos y en la diferenciación,

deberán competir al desarrollar sus recursos y capacidades que las lleven a generar activos intangibles difíciles de imitar (Amit y Schoemaker 1993; Barney, 1991; Cuervo, 1993; Fernández, 1995; Peteraf, 1993).

Requejo (2003), destaca tres supuestos básicos para describir la competitividad de una economía:

1°. La resultante última de los factores que inciden sobre la competitividad de una economía es la productividad, entendida como el valor de los bienes y servicios, generado por persona empleada.

2°. Los datos de crecimiento, pasado y presente, no determinan, necesariamente, las posibilidades de crecimiento futuro.

3°. Es la capacidad de crecimiento, ligada a una serie de variables, destacando las institucionales, lo que adelantará, en algunas situaciones, lo que pudiera ocurrir con el crecimiento futuro y los cambios deseables para alcanzarlo.

Factores Internos que Influyen en la Competitividad

Las fuentes de ventajas competitivas en las empresas son diversas y tienen su origen en las diferentes actividades que se ejecutan en la empresa, como el diseño, la producción, la I+D+i, el marketing, las finanzas, la gestión de los recursos humanos. En la literatura se han apreciado la utilización de diversos indicadores cuantitativos y cualitativos para conceptualizar y operativizar la medida del éxito competitivo de las empresas, basadas en fuentes de información objetivas, subjetivas o mixtas.

Dentro de los indicadores cuantitativos utilizados se encuentran: indicadores económicos (Lafuente y Yagüe, 1993; McGahan y Porter, 1997; Rumelt, 1991), indicadores financieros

(Camisón 1997; Peters y Waterman, 1982), indicadores de crecimiento (de las ventas, del número de empleados, de los beneficios, de las partidas que conforman el Estado de Situación Financiera y de la cuota de mercado); indicadores de actividad (internacionalización, grado de potencial tecnológico e índices de creación de valor).

Respecto a los indicadores cualitativos de medida de éxito competitivo, destacamos la capacidad de innovación (Peters y Waterman, 1982); indicadores de satisfacción de empleados (Camisón, 2001, Paige y Littrell, 2002), indicadores de contribución socioeconómica (Camisón, 2001); indicadores de satisfacción del propietario de la empresa respecto a los resultados (Covin, Prescott, y Slevin, 1990; Luk, 1996) y por último, el indicador de la posición competitiva de la empresa basado en fuentes mixtas (Camisón, 1997 y 2001; Lozano, 2002).

Rumelt (1991), señala dentro de la Teoría de Recursos y Capacidades que las empresas deberán tener la habilidad para adquirir y coordinar esos recursos y capacidades para obtener resultados superiores. Camisón (2001) destaca la importancia que tiene para la empresa el obtener éxito ante sus competidores en los diferentes mercados, que se verá influenciada por los recursos con los que cuenta y su capacidad de gestionarlos de la mejor manera. Los recursos de la empresa se clasifican en tangibles e intangibles, los primeros son aquéllos fácilmente de identificar, y que dependerá de su propia naturaleza lo que les impedirá contribuir a la creación y sostenimiento de ventajas competitivas. Por su parte, los recursos intangibles, serán aquellos que sí podrán contribuir en mayor porcentaje a la creación de ventajas competitivas y al éxito empresarial (Amit y Schoemaker, 1993; Barney, 1986, 1991).

La Teoría de Recursos y Capacidades permite observar el enfoque de la competitividad dentro del pensamiento estratégico desde un punto de vista diferente, explicando que la obtención de ventajas competitivas por parte de las empresas, se encuentra relacionada por la posesión de competencias valiosas, generalmente de características cualitativas e intangibles y de movilidad imperfecta, las cuales permiten que la empresa se diferencie de otras (Camisón, 2001).

Las diferencias en la obtención de beneficios por parte de la empresa no se derivan de factores cuantitativos, como inversiones en bienes de equipo o dimensión, invertir más que la competencia en innovación y desarrollo o tener más tamaño, sino en la creación de activos intangibles, como recursos, habilidades de los miembros de la empresa, rutinas organizativas, capacidades de los directivos, los niveles de formación e integración del personal y la creación de una cultura organizacional al interior de la empresa (Cuervo, 1993; Salas, 1993), los cuales se encuentran fundamentados en la información que poseen los diferentes agentes que tienen que ver con la empresa, como los trabajadores, directivos, clientes y proveedores.

El que la empresa sea capaz de integrar un conjunto único de recursos y capacidades que reúna ciertas características originales (Amit y Schoemaker, 1993; Barney, 1986, 1991; Grant, 1991; Peteraf, 1993) que otras empresas no posean, hará que la empresa sea competitiva (Fernández, 1995) y tenga éxito competitivo (Camisón, 2001). Fernández y Suárez (1996) y Camisón (2001), destacan una serie de requisitos de los recursos estratégicos de algunos autores en los que se aprecian coincidencias y divergencias en los

mismos, destacando que los recursos estratégicos con los cuales las empresas logran ventajas competitivas que puedan ser sostenidas en el tiempo, son aquellos que tienen las características de heterogeneidad, son valiosos, escasos, durables, difíciles de imitar, insustituibles, de transparencia, transferibilidad y replicabilidad imperfecta.

Las empresas compiten en recursos y capacidades o habilidades, esto es, en competencias básicas que cada una posee (Camisón, 1997), siendo éstos mucho mayores que lo demostrado en el Estado de Situación de la Empresa, ya que existe una gran dificultad para valorarlos, por lo cual, Ventura y Ordóñez (2007), señalan que la función principal de la empresa es la creación, integración y aplicación de conocimiento, mismo que marcará el rumbo de la estrategia organizativa.

Considerando que los recursos de una empresa (humanos, físicos, tecnológicos, organizativos y financieros) son *stocks* de factores disponibles y controlables por la empresa y las capacidades son los conocimientos que surgen del aprendizaje colectivo de la organización, como una consecuencia de la adecuada combinación de los recursos, de la creación de rutinas organizativas, las cuales se desarrollan por el intercambio de información basadas en el capital humano de la empresa, que dependen del sistema de incentivos e integración del personal, las capacidades de una empresa ayudan a incrementar la productividad de los recursos (Cuervo, 1993). La forma en que la empresa hace un despliegue de esos recursos es el punto determinante en que desarrolla sus capacidades y determina lo que sabe hacer bien. Los pilares fundamentales en los que se sostienen los recursos y capacidades de las empresas son la información y las personas (Fernández, 1995), por lo que la acumulación de capital humano por medio de la educación formal,

formación continua y formación ocupacional juegan un papel importante a nivel empresarial y por ende, a nivel país (Martín, 2006).

Conclusiones

Concluimos que una vez analizados los factores que intervienen en la competitividad de las empresas, es inminente fortalecerlas con políticas gubernamentales que permitan su permanencia y desarrollo, además de que las empresas deberán de considerar al conocimiento y a las personas, como elementos indispensables en el desarrollo de sus diseños organizativos con la finalidad de alcanzar el éxito empresarial.

La competitividad no debe medirse únicamente por factores externos, sino también deben ser tomados en cuenta los factores internos, de tal forma que le permitan generar ventajas competitivas.

Las empresas generarán recursos y capacidades, que les permitan tener activos intangibles, difíciles de imitar por parte de la competencia, lo que sin lugar a dudas, les permitirá tener un alto índice de competitividad y de productividad.

La competitividad no puede ser responsabilidad únicamente de las empresas, tampoco está en un sector, ni en un país, para lograrla es necesario llevar acciones holísticas por parte de todos los agentes involucrados, actuando en sintonía y viendo hacia un mismo objetivo.

Bibliografía

Amit, R. y Schoemaker, P. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14, 33-46.

Aragón, A. y Rubio, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las PYME industriales en España. *Universia Business Review*, 8, 38-51.

Aragón, A. y Sánchez, G. (2003). Orientación estratégica, características de gestión y resultados: Un estudio empírico en las PYME españolas. *Información Comercial Española*, 809, 169-188.

Arroyo, J., Arroyo, J.M. y Berumen, S. (2003). Una revisión de las perspectivas teóricas de la competitividad. En J. Arroyo y S. Berumen (Comps.), *Competitividad, implicaciones para empresas y regiones* (pp. 21-59). México: Universidad de Guadalajara, PROFMEX, Juan Pablo Editor.

Barney, J.B. (1986). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage? *Academy of Management Review*, 11, 656-665.

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

Camisón, C. (1997). *La competitividad de la PYME industrial española: Estrategias y competencias distintas*. España: Civitas.

Camisón, C. (2001). *La competitividad de la empresa industrial de la Comunidad Valenciana: Análisis del efecto del atractivo del entorno, los distritos industriales y las estrategias empresariales*. Valencia: Triant lo Blanch.

Covin, J., Prescott, J. y Slevin, D. (1990). The effects of technological sophistication on strategic profiles, structure and firm performance. *Journal of Management Studies*, 27(5), 485-510.

Cuervo, A. (1993). El papel de la empresa en la competitividad. *Papeles de Economía Española*, 56, 363-378.

Esser, K., Hillebrand, W., Messner., y Meyer-Styarnner, J. (1996). Competitividad sistémica: *Nuevo desafío para la empresa y la política*. *Revista de la CEPAL*, 59(Agosto), 39-52.

Fernández, E., Montes, J.M. y Vázquez, C.J. (1997). *La competitividad de la empresa. Un enfoque basado en la teoría de recursos*. Oviedo: Universidad de Oviedo.

Fernández, Z. (1995). Las bases internas de la competitividad de la empresa. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 4(2), 11-19.

Fernández, Z. y Suárez, I. (1996). La estrategia de la empresa desde una perspectiva basada en los recursos. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 5(3), 73-92.

García, E. (2007). Formación directiva y capacidad competitiva: entrenando para el éxito empresarial, *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 838, 157-168

Grant, R.M. (1991). The resource-based theory of competitive advantages: implications for Strategy Formulation. *California Management Review*, 33(Spring), 114-135.

Hughes, K. (1993). *European competitiveness*. Cambridge: Cambridge University Press.

Jenkins, R. (2000). Regulación ambiental y competitividad internacional en algunos países europeos. *Comercio Exterior Bancomext*, marzo, 199-200.

Lafuente, A. y Yagüe, M. J. (1993). Ventajas competitivas y tamaño de las empresas: las PYME. *Papeles de Economía Española*, 39, 165-184.

Lozano, F.J. (2002). Bases para la construcción de un modelo de predicción del éxito en las PYMES. En C. Ruiz (Coord.), *Desarrollo empresarial en América Latina* (pp. 195-238). México: Universidad Nacional Autónoma de México, Nacional Financiera, S.N.C.

Luk, S. (1996). Success in Hong Kong: Factors self-reported by successful small business. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 68-74.

Martín, C. (1993). Principales enfoques en el análisis de la competitividad. *Papeles de Economía Española*, 56, 2-13

Martín, J.L. (2006). La conexión entre el capital humano y la competitividad en los países de la OCDE, *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 2901, 19-30.

McGahan, A. y Porter, M. (1997). How much does industry matter, really? *Strategic Management Journal*, 18(1), 15-30.

Nelson, R. (1992). Recent writings on competitiveness: Boxing the compass. *California Management Review*, winter, 127-136.

Paige, R. y Littrell, A. (2002). Craft retailers criteria for success and associated bussiness. *Journal of Small Business Management*, 40(4), 314-331.

Peteraf, M.A. (1993). The cornerstone of competitive advantage: A resourced-based view. *Strategic Management Journal*, 14, 179-191.

Peters, T.J. y Waterman, R.H. Jr. (1982). *In search of excellence*. New York: Harper and Row.

Porter, M. (1990). ¿Dónde radica la ventaja competitiva de las naciones?, *Harvard Deusto Business Review*, (Especial 100, IV Trimestre), 38-61.

Porter, M. (2003). *Building the microeconomic foundations of prosperity: Findings from the microeconomic competitiveness*. Washington: Index, World Economic Forum, Global Competitiveness Report 2002-2003.

Prahalad, C.K. y Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, May-June, 79-91.

Requejo, J. (2003). La competitividad de la economía española: Datos, dudas y certezas. *Revista del Instituto de Estudios Económicos*, (2-3), 3-51.

Ruiz, A. (2010). Recetas para la competitividad: similares ingredientes, distinta cocina, *Informe Mensual - La Caixa*, 332, 18 -20

Ruiz, C. (2004). *Dimensión territorial del desarrollo económico de México*. México: Facultad de Economía, UNAM.

Ruiz, C. y Kagami, M. (1993). *Potencial tecnológico de la micro y pequeña empresa en México*. México: Nacional Financiera, S.N.C.

Rumelt, R. (1991). How much does industry matter? *Strategic Management Journal*, 12(3), 167-185.

Salas, V. (1993). Factores de competitividad empresarial. Consideraciones generales. *Papeles de Economía Española*, 56, 48-56.

Salas, V. (1996). Economía y gestión de los activos intangibles. *Economía Industrial*, 307(1), 17-24.

Simón, N. (2001, Octubre). Reflexiones sobre la competitividad de las empresas en las cadenas productivas de la industria siderúrgica. Ponencia presentada al VI Foro de

Investigación, Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática
UNAM-ANFECA, México, D.F.

Sobrino, J. (2003). *Competitividad de las ciudades en México*. México: El Colegio de México.

Turmo, J. (2003). La competitividad de las manufacturas españolas en la UE: evolución de las cuotas de mercado y factores determinantes, *Economía industrial*, 353, 149-168.

Ventura, J y Ordóñez, P. (2007). Análisis de estrategias de conocimiento en la industria manufacturera española: evidencias empíricas, *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 836, 141-162

Enfoque alternativo para la administración del personal: talento humano.

José Francisco Hernández Gracia
Universidad Tecnológica de Tula – Tepeji.

Juan Alberto Carranza Sevilla
Universidad Tecnológica de Tula – Tepeji.

Resumen

En relación a la idea del —talento‖ como activo objetivo de este estudio, se proporciona una visión flexible del mismo, incluyendo facetas tanto emocionales como intelectuales en su definición, así como el valor añadido que aportan las personas a sus resultados en el trabajo y la posibilidad de desarrollarlo, mejorarlo y por tanto, retenerlo en las personas que lo comparten. Ante la escasez de ciertos perfiles tecnológicos, la retención del talento se convierte, actualmente, en objetivo primordial para las empresas que mayor capital técnico utilizan, pero hoy en día cualquier sector será susceptible de sufrir alta rotación sino se han implementado políticas visibles de retención, individualizadas y enfocadas al bienestar y desarrollo del empleado, para quien la formación, el trato cercano y de reconocimiento, el sentimiento de utilidad, la conciliación con la vida familiar y la retribución, se configuran como los valores añadidos por los que ese empleado optará por permanecer, o no, en la empresa.

Palabras Clave: Talento, capital, rotación, reconocimiento, retención

Introducción

La estructura empresarial mexicana, esta denotada por una alta presencia de PYMES y con un alto grado de potencial hacia el desarrollo y generación de empleos, esto impacta directamente en el desarrollo del capital y el talento humano de estos.

En este artículo, se analizarán las nuevas necesidades y escenarios, así como las propuestas de solución para la conservación y tratamiento del elemento humano dentro de las organizaciones, basándonos en estudios documentales elaborados por instituciones de habla hispana.

Es primordial hacer notar que el enfoque hacia la administración de personas representa un reto de reconocimiento de la estructura organizacional. En este escrito podrá hallar modelos y perspectivas que corresponden a nuevas demandas del talento de las organizaciones.

Las nuevas generaciones exigen nuevos modelos adaptables a su realidad, pues la fuerza laboral ha evolucionado hacia nuevas perspectivas y enfoques sobre las razones por las que el talento humano decide su permanencia en las organizaciones. La globalización del conocimiento y el uso de la Tecnologías de la Información y Comunicación conllevan a personas con mayor acceso a la información dando pie a personas a la denominada —sociedad del conocimiento‖ cuyos miembros tienen mayor conciencia de la importancia de su trabajo y el impacto de este como estrategia de sobrevivencia y éxito dentro de las organizaciones.

Cabe hacer mención que el concepto —talento‖ es un activo cuyo tratamiento requiere de una visión flexible y adaptable, pues los conocimientos, fases, habilidades, competencias y emociones de las personas son muy variables, así como las contribuciones que estas aportan dentro de la organización.

Planteamiento del problema

Formulación del problema:

¿En qué medida la valorización de la escala de satisfactores personales de los trabajadores y de la visión de los gerentes de recursos humanos en la organización impacta en la retención del personal?

Enunciado del problema:

El desarrollo de una tabla de valorización que permita la comparación de la visión de los trabajadores y de los gerentes de recursos humanos permite la alineación de objetivos y disminuye la rotación del personal.

Objetivos de la investigación

Objetivo General:

Determinar mediante una tabla de escala la comparación de las visiones de los gerentes de recursos humanos y de los trabajadores para generar políticas que permitan mejorar la retención del talento humano.

Objetivos Específicos:

- Determinación del grado de conocimiento de los gerentes de recursos humanos, a través de la tabla comparativa de las necesidades y satisfactores de los trabajadores.
- Mejorar la comunicación entre trabajadores y gerentes de recursos humanos para disminuir la rotación del personal.

Justificación y delimitación de la investigación

Justificación.

El estudio, análisis, investigación, adaptación, aplicación y difusión de lo que más valoran los trabajadores para quedarse en un puesto de trabajo y desarrollarse en la organización, permite aproximarse al conocimiento sobre los comportamientos mejoran la retención del personal, generando mejores políticas para disminuir la rotación del talento humano.

Delimitación.

La presente investigación se realizó en Centro de Distribución Huehuetoca (Liverpool) del estado de México.

Marco teórico conceptual

Una de las causas que puede generar la rotación del personal en la organización es la insatisfacción laboral sobre todo si la persona insatisfecha constituye un recurso humano altamente demandado, estableciéndose una competencia entre oferta y demanda donde es el trabajador quién tomará la decisión final y donde la satisfacción juega un importante papel en dicha elección. Puchol, (1994).

Robbins, (1999). La satisfacción es la diferencia de la cantidad de recompensas que reciben los trabajadores y la cantidad que piensan debían recibir, es más una actitud que un comportamiento. Entre los factores más importantes que hacen que un trabajador se sienta satisfecho se encuentran; trabajos interesantes, recompensas justas y equitativas, condiciones laborales adecuadas y buenos compañeros de trabajo.

Una de las formas más frecuentes de manifestarse la insatisfacción consiste en el abandono de la organización que se comienza con la búsqueda de otro empleo y que culmina con la renuncia cuando aparece lo que el trabajador está buscando.

Muy ligado a la satisfacción está la motivación pero hay que dejar claro que no son directamente proporcionales ambas variables. La motivación puede definirse como la voluntad por alcanzar las metas de la organización condicionado por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad personal.

Muy ligado a la motivación como vemos está la necesidad, cuando la misma está insatisfecha se crea una tensión en la persona que generan impulsos buscando metas que cuando se alcancen, la necesidad quedará satisfecha.

Existen un conjunto de teorías que se han encargado de indagar en el campo de la motivación, algunas han sido corroboradas a través de las investigaciones y otras no han sido totalmente comprobadas por lo que en este terreno todavía queda mucho por decir. Chiavenáto, (1990).

El ambiente actual refleja que las relaciones entre empresarios y empleados están constantemente sujetas a los cambios del entorno globalizado. Anteriormente, las empresas no experimentaron dichos cambios de manera tan drástica y es probable que contaran con cierta estabilidad en lo que respecta a la permanencia de los empleados.

Se observa que antes de los noventa y principios del dos mil, aumento el número de trabajadores que dejaban voluntariamente su trabajo, ya que los empleados buscaban y encontraban mejores oportunidades en un mercado laboral más estrecho.

La problemática de la remuneración como factor probable de influencia en la decisión de los trabajadores para retirarse de la empresa, cuando considera que es insuficiente; queda señalado en el siguiente fragmento extraído del libro Administración de personal y recursos humanos de los autores. Wherter & Davis, (2000).

—Un elemento esencial para mantener y motivar la fuerza de trabajo es la compensación adecuada. Los empleados deben recibir sueldos y salarios justos a cambio de una contribución productiva. Cuando sea adecuado y aconsejable, los incentivos deben cumplir una función importante. La compensación insuficiente quizá ocasione una alta tasa de rotación de personal. Si la compensación es demasiado alta puede perder su capacidad de competir en el mercado.

En esta misma fuente documental en el capítulo de sueldos y salarios los autores muestran un Modelo de consecuencias de la falta de satisfacción por la compensación, en él se menciona que el deseo de una mejor compensación o la falta de satisfacción con la

compensación, genera una búsqueda de un puesto y un mejor salario, y que esto a su vez recae en ausentismo y rotación de personal.

Con respecto al tema de lealtad a la organización se compara al mundo occidental con el oriental Werther & Davis, (2000). en donde se afirma que el mundo occidental ha desarrollado una cultura empresarial que se ha caracterizado por la poca promoción de adhesión y lealtad a la organización , que representan una serie de cambios negativos, en comparación con la empresa oriental; sin identificarse las razones precisas se menciona que ya sea por regla del mercado o por las circunstancias de cada empresa , la tasa de rotación ha aumentado mucho, aparentemente esta situación , en el pasado al ser señalado no se le atribuía importancia; sin embargo actualmente las empresas occidentales muestran más interés por lo que se están generando cada vez más estudios.

Los autores anteriormente citados hacen alusión al nivel de satisfacción considerando que éste puede ubicarse en un grado bajo cuando los puestos muestran la característica de ser altamente especializados; por ello son percibidos como fáciles de aprender y pueden conducir a altas tasas de rotación de personal. ¿Cuán altos son los costos de una tasa alta de rotación? Robbins, (1999). Si se toma en cuenta que se afecta el funcionamiento eficaz y eficiente de una organización cada vez que retira un empleado (que ya desarrolló conocimientos y experiencia en el puesto) y que se debe invertir tiempo para encontrar a su reemplazo y que éste se prepare, es decir, ser entrenado para poder desempeñar responsablemente dicho puesto. Un aspecto importante también señalado, es que la rotación se genera en empleados, que por cuyos resultados de rendimiento satisfactorio, no se desearía perder.

La rotación de personal está involucrada con los costos primarios y secundarios. Los costos primarios son las inversiones que realiza la empresa para contratar al personal para cubrir las vacantes, y los costos secundarios es lo que destina la empresa durante el tiempo en el que queda cubierta la vacante. Los costos de sustitución de recursos humanos son: costos de reclutamiento, de selección, de formación y de la ruptura laboral. Chiavenato, (1999).

Otro indicador que marca un impacto en la producción y desarrollo óptimo de la organización es el generado por el ausentismos. El ausentismo es el tiempo en que el empleado de una empresa no está trabajando cuando debería de hacerlo, algunos factores que lo ocasionan son la falta de motivación por el trabajo realizado ya sea porque es un experto en su trabajo o porque el trabajo no le gusta, el nivel de empleo, salarios, sexo, edad y situación familiar Chiavenato, (1999). Entre las clasificaciones de ausentismo mencionamos las: faltas justificadas, injustificadas, las de por enfermedad, accidentes, por mencionar algunas.

Siempre se ha dicho que a mayor motivación mayor producción por parte del personal.

Por tal motivo es de suma importancia la satisfacción que encuentran los empleados con sus condiciones de trabajo, sus compañeros, sus superiores, etc., —la satisfacción laboral es el conjunto de sentimientos y emociones favorables o desfavorables con el cual los De hecho varios estudios de investigación sobre este el tema de la permanencia de los empleados en la organización muestra los siguientes resultados positivos. Bohlander, Snell, & Sherman, (2001):

- Mejora la satisfacción del empleado en el puesto.
- Reduce la rotación voluntaria

- Mejora la comunicación
- Da expectativas realistas del puesto.

La mayoría de los empleados insatisfechos son jóvenes solteros sin obligaciones familiares y económicas, estos tienen más libertad de dejar sus trabajos que los empleados de 50 años con deudas e hipotecas. Schultz, (1994).

Los subordinados para ser verdaderamente motivados y satisfacer sus diversas necesidades solicitan reconocimiento del trabajo desarrollado, crítica constructiva no tendenciosa, interés personal, accesibilidad para exponer ideas y estudio de las mismas, aviso de los cambios antes de ejecutarlos, fe en el empleado y labores que realiza y pleno uso de las comunicaciones. Fernández, (1983).

Para alentar a los empleados es necesario trazar sistemas de incentivos. Un incentivo es la condición para satisfacer la necesidad que se controla deliberadamente para aumentar la productividad, la integración o la moral de los trabajadores. Smith, (1989).

Los incentivos pueden ser: monetarios es decir sueldos, salarios, acciones; personales: seguridad del trabajo; sociales: notificar por adelantado si se hará un cambio en el trabajo. Fernández, (1983).

Algunos de estos incentivos pueden otorgarse por su desempeño, participación en las utilidades, en las ganancias y en el capital de la empresa, además de crear un ambiente que se perciba como remunerador y motivador, tratarlos como socios y pagar buenos sueldos

Robbins, (2005). En su libro Comportamiento organizacional menciona una serie de variables dependientes en el comportamiento organizacional, hace alusión a la satisfacción en el trabajo y su relación con la rotación de personal. A continuación se cita un fragmento de un párrafo:

—Los investigadores con valores fuertemente humanistas sostienen que la satisfacción es un objetivo legítimo de una organización. No sólo es que la satisfacción está negativamente relacionada con el ausentismo y la rotación, sino también – arguyen – que las organizaciones tiene la responsabilidad de a sus empleados trabajos desafiantes e intrínsecamente recompensantes.‡

La rotación de personal expresa el índice porcentual de empleados que circulan por la empresa, sobre el número medio de empleados que se quedan, en un período predeterminado y considerado, por ello la rotación de personal debe ser calculada en función al volumen de recursos humanos disponibles más el costo real de los que se fueron y no como se acostumbra en función de entradas o salidas de personal.

En el pasado reciente el factor humano dentro de las organizaciones ocupaba una importancia de segunda línea en los intereses y preocupaciones de los dueños y/o presidentes de las empresas, habiéndose concebido como costo y nunca como un recurso.

En un nuevo escenario de referencia, con una realidad totalmente cambiada, que ha asimilado la implantación de nuevas tecnologías, conjuntamente de nuevas formas de trabajo y, como consecuencia de estos cambios se ha elaborado por exigencia de estas realidades nuevos perfiles profesionales, en donde prevalece el trabajo intelectual sobre el

físico y el surgimiento de nuevas y exigentes necesidades y una visión ética y moral muy diferentes a las anteriores, los trabajadores no solamente ofrecen su capacidad de trabajo, sino que también sus aptitudes, una profesionalidad y una flexibilidad que requieren ser evaluadas y valorizadas. Estos nuevos y complejos componentes han traído como consecuencia que el factor humano se ha convertido en un elemento estratégico e inestimable para la empresa, que tienen la obligación de desarrollarlo para reafirmar la ventaja competitiva de la organización.

Hernández, (2007). Nos dice que el primer Call Center que opera en Gómez Palacios registra una rotación del cinco por ciento del personal contratado, porcentaje que a decir de especialistas en recursos humanos es una tasa baja con relación a otras ciudades del país que mantienen niveles del diez por ciento.

Los directivos están gratamente sorprendidos por los buenos resultados que está dando el personal que ha sido contratado en esta primera etapa, ya que a escasos meses de haber iniciado operaciones ya han recibido dos reconocimientos por parte de clientes, situación que resulta atípica Luviano, (2005).

Luviano, (2005). —La tasa de rotación de personal que se maneja en La Laguna es bajo en relación a lo que se reporta en otros estados. Para ello varios factores han contribuido a que las personas se pongan la camiseta y permanezcan en sus puestos de trabajo. Uno de ellos es que no existe una competencia con otro centro de contacto en la Comarca.

Lagunera, así como el implementar previo a la contratación tres semanas de capacitación para el personal que aspira a ser un ejecutivo de contacto. El gerente de Recursos Humanos explicó que durante el periodo de entrenamiento se busca sensibilizar y crear una mayor conciencia de la persona hacia la empresa, por lo que la persona conoce a fondo las funciones que realizará, el reglamento, la nómina y la política interna que se maneja con los empleados. Reconoció que durante la fase de capacitación ciertamente la rotación del personal es elevada, en el orden del 15 por ciento, comportamiento que se explica por ser un giro nuevo y a que muchas personas no tenían estas expectativas en cuanto a los alcances del empleo. Por ello, aseguró que —nosotros preferimos que el personal sea detectado durante la etapa de capacitación, en donde la gente se vea reflejada en lo que quiere hacer. Para Luviano es importante que se hagan estas detecciones en la fase de entrenamiento y no en la de operación. Agregó que la inversión y atención personal que se le ha dado al personal durante el proceso de entrenamiento ha dado frutos: los empleados reportan una tasa de ausentismo del dos al tres por ciento global. Dijo que para ello otorgan al personal reconocimientos mensuales, trimestrales y anuales por no haber registrado falta alguna en su jornada de trabajo, por lo que el premio anual es un viaje a la Ciudad de México con todos los gastos pagados y una comida con los directivos del Call Center. El hecho de tener también un cuadro de honor interno sobre la calidad, operaciones y puntualidad ha ayudado en tener un bajo índice de rotación de personal, aseguró Luviano.

La rotación de personal cuesta caro Heróles, (2007). La rotación del personal causa costos a las empresas en el reclutamiento y la capacitación. Además, a los empleados, el cambio de puestos tan abrupto les puede recortar la posibilidad de crecimiento y desarrollo profesional.

El 45% del personal permanecerá menos de seis meses en su empleo, informó Bumeran, la firma de recursos humanos y bolsa de trabajo en línea, en una encuesta. Mientras que 16.15% mantendrán su trabajo entre seis meses y un año y sólo 11.80% estima quedarse más de cinco años trabajando donde lo hace ahora. —Es evidente que hay un desconocimiento de los empleados (...) debemos conocer qué los motiva. Las empresas deben invertir en eso, porque si no, al final se gasta dinero en otros aspectos, como en costos de rotación, empleados que no están rindiendo al 100%, o más capacitación. Cuadras, (2005).

La rotación del personal puede causar problemas que cuesten a las empresas o a las oportunidades de los trabajadores. Una persona que está buscando un empleo mientras trabaja no es tan productiva como puede ser, lo que se traduce en pérdidas económicas para la empresa.

La más reciente encuesta de Bumeran fue aplicada entre 1,000 empleados y 1,000 empresas en Argentina, Brasil, Venezuela, Chile, Perú, Colombia y México y dada a conocer en junio de este año.

El índice de rotación de personal de posiciones profesionales en México tiene un promedio nacional de 5.76%, según datos de Manpower. Sin embargo, es mayor en la zona sureste del país (6.58%) y menor en la región del valle (4.96%).

La pregunta no es sólo qué tanto cambia el trabajador su empleo y cada cuándo, también es esencial que los empleadores se preocupen de la satisfacción con la que el empleado hace

su trabajo. Las empresas hacen bien su trabajo cuando los empleados no sólo se quedan, sino que están satisfechos y son productivos. Velásquez, (2005).

Si un empleado permanece en una empresa durante años —y nunca crece y además, se siente mal pagado o mal apreciado, pero sigue ahí por miedo o falta de decisión a la búsqueda de un empleo diferente. Este es el momento en el que la permanencia en un trabajo por mucho tiempo puede tener un contexto negativo. Velásquez, (2005).

El ambiente laboral, el salario, los beneficios y la posibilidad de crecimiento es lo que se traduce en empleados productivos y que deciden quedarse donde están.

La rotación surge de dos instancias distintas, que las remuneraciones o la posibilidad de crecimiento no sean atractivos para el empleado o, aunque puede sonar contradictorio, cuando hay muchas oportunidades de encontrar otro trabajo.

—Cuando hay más necesidad de empleo se tendría que dar menos rotación, cuidas más tu trabajo porque tienes menos posibilidades de encontrar otro. En México, un nivel de desempleo de más o menos 4% es muy bajo si se compara con el estándar europeo, y quiere decir que es más fácil encontrar trabajo, por lo tanto es más fácil cambiar de trabajo y esto afecta directamente a la rotación Cuadras, (2005).

Por otro lado, en el momento en el que un empleado ve posibilidades de un mejor sueldo o mayor crecimiento profesional, el cambio es inherente. El 60.87% de los empleados dejaría su trabajo actual porque no ve posibilidades de crecimiento, mientras que 29.35% porque

no está conforme con su sueldo, reveló la encuesta de Bumeran. ¿Por qué pierdo a mis empleados?

Las políticas de recursos humanos en las empresas son la solución, según los expertos, a la desmotivación que causa la rotación. Ya sean planes flexibles o bonos que mejoren el salario, programas de retención permiten a las compañías ahorrar gastos de capacitación de nuevos empleados por rotación.

"Las empresas que trabajan en esta línea (políticas de recursos humanos) no sólo reducen el nivel de rotación, sino que aumentan el de motivación, la productividad y bajan sus costos de capacitación y reclutamiento" Cuadras, (2005).

Velásquez, (2005). Las principales razones por las que los trabajadores piensan en cambiar de rumbo antes de cumplir un año en empresa para la que trabajan son:

- 1) Que el empleado haya tomado el empleo mientras encontrara algo mejor simplemente por urgencia de un ingreso o porque —buscar trabajo con trabajo es más fácil.
- 2) Que no se identifique con la cultura de la organización y/o con el liderazgo.
- 3) Que alguna promesa no se haya cumplido y se sienta defraudado.

Hay que proveer a los empleados de mejores oportunidades, desarrollo profesional, salarios competitivos o beneficios y un adecuado clima laboral, explicaron los expertos.

Rotación de Personal

El término "Rotación de Recursos humanos" se utiliza para definir la fluctuación de personal entre una organización y su ambiente; esto significa que la fluctuación entre una

organización y el ambiente se define por el volumen de personas que ingresan en la organización u el de las que salen de ella. La rotación de personal se expresa mediante la relación porcentual entre las admisiones y los retiros, y el promedio de los trabajadores que pertenecen a la organización en cierto periodo. Chiavenato, (1998).

Como sistema abierto, la organización se caracteriza por el flujo incesante de recursos necesarios para desarrollar sus operaciones y generar resultados. Por una parte, la organización "Importa" recursos y energía del ambiente, los cuales son procesados y transformados dentro de la organización. Por otra parte la organización "exporta" al ambiente los resultados de sus operaciones. Entre los insumos que la organización "importa" del ambiente y los resultados que "exporta" a debe existir cierto equilibrio dinámico capaz de mantener las operaciones del proceso de transformación en niveles satisfactorios y controlados.

La rotación de personal puede estar destinada a dotar al sistema con nuevos recursos (mayores entradas que salidas) para impulsar las operaciones y acrecentar los resultados.

Gestión del talento humano

Definición de administración del talento humano

Para ubicar el papel de la Administración del Talento Humano es necesario empezar a recordar algunos conceptos. Así pues, precisa traer a la memoria el concepto de administración general. Aunque existen múltiples definiciones, más o menos concordantes, para que el propósito de este ensayo diremos que es:

—La disciplina que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales contando para ello una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado.

Como fácilmente puede apreciarse, el esfuerzo humano resulta vital para el funcionamiento de cualquier organización; si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, la organización marchará; en caso contrario, se detendrá. De aquí a que toda organización debe prestar primordial atención a su personal, (talento humano).

En la práctica, la administración se efectúa a través del proceso administrativo: planear, ejecutar y controlar.

Definición de recursos y talento humano

La organización, para lograr sus objetivos requiere de una serie de recursos, estos son elementos que, administrados correctamente, le permitirán o le facilitarán alcanzar sus objetivos. Existen tres tipos de recursos:

- **RECURSOS MATERIALES:** Aquí quedan comprendidos el dinero, las instalaciones físicas, la maquinaria, los muebles, las materias primas, etc.
- **RECURSOS TÉCNICOS:** Bajo este rubro se listan los sistemas, procedimientos, organigramas, instructivos, etc.
- **TALENTO HUMANO:** No solo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad: conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, etc.

Importancia de la administración del talento humano

No hay duda de que muchos trabajadores por lo general están insatisfechos con el empleo actual o con el clima organizacional imperante en un momento determinado y eso se ha convertido en una preocupación para muchos gerentes. Tomando en consideración los cambios que ocurren en la fuerza de trabajo, estos problemas se volverán más importantes con el paso del tiempo.

Todos los gerentes deben actuar como personas claves en el uso de técnicas y conceptos de administración de personal para mejorar la productividad y el desempeño en el trabajo. Pero aquí nos detenemos para hacernos una pregunta: ¿Pueden las técnicas de administración del talento humano impactar realmente en los resultados de una compañía? La respuesta es un —Sí definitivamente.

En el caso de una organización, la productividad es el problema al que se enfrenta y el personal es una parte decisiva de la solución. Las técnicas de la administración de personal, aplicadas tanto por los departamentos de administración de personal como por los gerentes de línea, ya han tenido un gran impacto en la productividad y el desempeño.

Aun cuando los activos financieros, del equipamiento y de planta son recursos necesarios para la organización, los empleados - el talento humano - tienen una importancia sumamente considerable. El talento humano proporciona la chispa creativa en cualquier organización. La gente se encarga de diseñar y producir los bienes y servicios, de controlar la calidad, de distribuir los productos, de asignar los recursos financieros, y de establecer los objetivos y estrategias para la organización. Sin gente eficiente es imposible que una

organización logre sus objetivos. El trabajo del director de talento humano es influir en esta relación entre una organización y sus empleados.

—La dirección del talento humano es una serie de decisiones acerca de la relación de los empleados que influye en la eficacia de éstos y de las organizaciones

En la actualidad los empleados tienen expectativas diferentes acerca del trabajo que desean desempeñar. Algunos empleados desean colaborar en la dirección de sus puestos de trabajo, y quieren participar en las ganancias financieras obtenidas por su organización. Otros cuentan con tan pocas habilidades de mercado que los empresarios deben rediseñar los puestos de trabajo y ofrecer una amplia formación antes de contratar. Así mismo, están cambiando los índices de población y la fuerza laboral.

Desarrollo de una filosofía de la administración del talento humano

Las acciones de las personas siempre están basadas en sus suposiciones básicas; esto es particularmente cierto en relación con la administración de personal. Las suposiciones básicas con respecto a las personas, pueden ser, si se les puede tener confianza, si les desagrada el trabajo, si pueden ser creativas, por qué actúan como lo hacen y la forma en que deben ser tratadas, comprenden una filosofía propia de la administración de personal. Todas las decisiones sobre el personal que se tomen - la gente que se contrate, la capacitación que se les ofrece, las prestaciones que se le proporcionen - reflejan esta filosofía básica.

¿Cómo se desarrolla una filosofía así? En cierta medida, eso es algo que se tiene de antemano. No cabe la menor duda de que una persona trae consigo a su trabajo una

filosofía inicial basada en sus experiencias, educación y antecedentes, sin embargo, esta filosofía no está grabada en piedra. Debe evolucionar continuamente en la medida en que la persona acumula nuevos conocimientos y experiencias. Por lo tanto, se procederá a analizar algunos de los factores que influyen en estas filosofías.

Influencia de la filosofía de la alta administración.

Uno de los factores que darán forma a la filosofía personal de cada empleado será la de la alta administración de la empresa para la cual trabaje. Aunque la filosofía de la alta administración puede o no ser explícita, generalmente se comunica por medio de sus acciones y se extiende a todos los niveles y áreas en la organización.

Influencia de las suposiciones básicas propias acerca del personal.

La filosofía que se tenga sobre la administración del personal estará influida también por las suposiciones básicas que se hagan sobre las personas. Por ejemplo, Douglas McGregor distingue entre dos conjuntos de suposiciones que clasificó como Teoría X y Teoría Y. Afirma que las suposiciones de la Teoría X sostienen que:

- El ser humano promedio tiene un rechazo inherente hacia el trabajo y lo evitará si puede.
- Debido a esta característica humana de rechazo al trabajo, la mayoría de las personas deben ser obligadas, controladas, dirigidas y amenazadas con castigos a fin de lograr que realicen un esfuerzo adecuado.
- El ser humano promedio prefiere ser dirigido y desea evitar responsabilidades.

En el otro extremo, las acciones de algunos gerentes reflejan un conjunto de suposiciones de la Teoría Y, las cuales sostienen que:

- El ser humano promedio no rechaza inherentemente el trabajo.
- El control externo y la amenaza de castigos no son los únicos medios para lograr que se realice un esfuerzo hacia los objetivos de la organización.
- Los empleados estarán más motivados al satisfacer sus necesidades de orden superior en cuanto al logro, estima y autorrealización.
- El ser humano promedio aprende, en condiciones apropiadas, no solo a aceptar sino también a buscar responsabilidades.
- La capacidad de ejercer un grado relativamente alto de imaginación, ingenio y creatividad en la solución de problemas organizacionales están continuamente distribuidas en la población y no al contrario.

Rensis Likert, (S/F). Afirma que, suposiciones como éstas, se manifiestan a sí mismas en dos tipos o sistemas básicos de organizaciones a las que califica como Sistema I y Sistema IV. . En las organizaciones de Sistema I señala:

- La gerencia es considerada como desconfiada hacia los subordinados.
- El grueso de las decisiones y la fijación de metas de la organización se realiza en la cúpula.
- Los subordinados se ven forzados a trabajar con temor, amenazas y castigos.
- El control está muy concentrado en la alta dirección.

En su lugar, Likert propone el Sistema IV, es decir, una organización basada en suposiciones del tipo de la Teoría Y. En las organizaciones del Sistema IV:

- La gerencia tiene confianza absoluta en los subordinados.
- La toma de decisiones está generalmente dispersa y descentralizada.
- Los trabajadores se sienten motivados por su participación e influencia en la toma de decisiones.
- Hay una amplia y amistosa interacción entre superiores y subordinados.
- La responsabilidad para el control está muy difundida y los niveles más bajos tienen una participación importante.

Además de los dos factores mencionados anteriormente, existe otro - La necesidad de motivar a los empleados - que afectará la formación de una filosofía propia sobre el personal.

Imaginemos en este momento que dentro de una organización existe un puesto vacante. ¿Qué se puede hacer para incrementar la probabilidad de que la persona que se elija para ocuparlo permanezca en la organización y sea productiva? Tal vez se podría pedir a los solicitantes al puesto que hagan una serie completa de pruebas de personalidad, intereses y aptitudes. También se puede considerar la posibilidad de someter a los candidatos a una serie de entrevistas.

Sin embargo, se sabe que la validez de las pruebas escritas y las entrevistas no merecen calificaciones muy elevadas. Es decir, éstas no prevén el rendimiento laboral posterior. Al parecer, ello se debe a que están muy alejadas de las conductas laborales reales. Por tanto, para poder realizar una selección efectiva y correcta de la persona que ocupará un puesto vacante dentro de una organización se debe primero efectuar un análisis de puestos.

Metodología

Marco metodológico

Concepto y operación de las variables de estudio

Se identificaron las siguientes variables:

Variable dependiente:

- La rotación de personal

Variables independientes

Están representadas por una serie de problemas por los cuales se ocasiona la rotación de personal debido a las bajas biológicas que son las que están relacionadas con el término de la vida, las socialmente necesarias, así como por motivos personales , motivos laborales y por decisión de la propia empresa

- Insatisfacción laboral- situación que no son del agrado del trabajador
- Baja remuneración- cuando las actividades que el trabajador desarrolla tienen un valor mayor al que le paga la empresa
- Motivación- cuando el trabajador considera que la empresa no le corresponde a sus aspiraciones personales

Tipo de investigación

El fundamento del estudio es cualitativo, ya que consiste en una serie de descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Además, incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones, tal y como son expresadas por ellos mismos. Sin embargo, conjuntamente se utilizaron herramientas del método cuantitativo para que ambos

métodos (cualitativo y cuantitativo) se complementen en el análisis de la realidad estudiada. Pérez, (2004).

Diseño de la investigación

Se aplicó el método de estudio de casos como procedimiento de análisis de la realidad ya que este método es esencialmente activo y aplicable en los campos donde se trata de combinar eficientemente la teoría y la práctica. En general con este método se pretendió buscar soluciones a través de la discusión y análisis de un problema dentro de un grupo de carácter real como es el Centro de Distribución Huehuetoca (Liverpool), representado en este caso por 20 operadores y gerente del con el siguiente perfil: Gerentes de recursos humanos, operadores.

Hipótesis.

Hipótesis General

H (0) La insatisfacción laboral aumenta la rotación de personal

Hipótesis Nula

La insatisfacción laboral no aumenta la rotación de personal

Hipótesis Secundarias

H (1)-La baja remuneración aumenta la rotación del personal

H (2)-La baja motivación ocasiona un incremento en la rotación de personal

Análisis de resultados finales

Factores de retención ordenados por orden de importancia según los departamentos de RRHH (HR) y según los empleados (EE) (2001)

Ranking RRHH	Ranking EE	Factores de retención en la empresa
4	1	Calidad de la relación con el supervisor o el gerente
5	2	Habilidad para equilibrar trabajo y vida personal
19	3	Cantidad de trabajo —con sentido, sentimiento de marcar la diferencia
20	4	Grado de colaboración con los compañeros
21	5	Grado de confianza en el lugar de trabajo
2	6	Calidad del paquete de compensación
1	7	Oportunidades de crecimiento y avance
15	8	Entendimiento claro de los objetivos del trabajo
11	9	Conexión entre salario y contribución individual
8	10	Otros
16	11	Respuesta de la compañía hacia necesidades/peticiones
7	12	Grado de retos en el trabajo
18	13	Autonomía, libertad de —trabajo directo
6	14	Nivel de reconocimiento dado por el trabajo
14	15	Calidad de visión y estrategia desde el nivel gerencial senior
12	16	Habilidad de la empresa para elegir a los mejores empleados
9	17	Cuan alienadas están las metas y estilo individuales con los de la organización
3	18	Cantidad de estrés en el trabajo
10	19	Conveniencia de la localización geográfica de la empresa
13	20	Volatilidad del ambiente de trabajo, como recortes, fusiones, etc.
17	21	Cantidad de políticas internas/burocracia

Podemos inducir que los departamentos de recursos no han unificado criterios con sus empleados respecto a las razones por las cuales permanecen dentro de una organización.

Según otros estudios, como el anual del instituto —*Great Place to Work*”, cinco son las principales características de las mejores empresas para trabajar:

1. Los profesionales confían en sus jefes y son creíbles, lideran;
2. Los empleados sienten que reciben un trabajo justo: independientemente de su posición en la empresa;
3. Los trabajadores son tratados como personas y no solo como empleados, en un ambiente de respeto en el que se mantiene un margen de comprensión ante los errores;
4. Los empleados están orgullosas de lo que hacen y les gusta ir a trabajar; y, por último, —existe camaradería con los compañeros
5. el equipo se siente familia y prevalece el compañerismo.

Conclusiones

1. El mercado laboral ha cambiado con profesionistas más exigentes y vigilantes de sus relaciones interpersonales.
2. Las generaciones determinan de manera importante el trato hacia las personas

3. El trabajador 2.0 requiere un modelo actualizado para poder retenerlo dentro de la organización para así poder desarrollarlo.
4. Las empresas no solo deben de contemplar recompensas económicas, sino escuchar a su cliente interno para poder así satisfacerlo en sus requisitos y expectativas dentro de un entorno laboral
5. El equilibrio entre vida personal y profesional es vital para el desarrollo de nuestro talento humano y alcance así su máximo potencial.

Bibliografía

Bohlander, Snell, & Sherman, (2001). *Administración de recursos humanos*. Editor, Thomson, 2001. ISBN 9706861084, 9789706861085.

Castillo, (2009). “*Nuevas tendencias en la retención y mejora del talento profesional y directivo*”, Área de Conocimiento y Documentación EOI, ISBN 978-84-936547-3-3

Cuadras, (2005). *La rotación de personal cuesta caro*. CNN, Expansión.

Cuesta (S/F). *Tecnología de Gestión de Recursos Humanos*. La Habana ISPJAE 1990.

Medina, (2009). *La Generación y el Surgimiento del Trabajador 2.0*. Gestión y estrategia, Núm. 36, Julio / Diciembre 2009

Fernández, (1983). Factores que originan la rotación de personal en las empresas mexicanas.

Daena: International Journal of Good Conscience. 3(1): 65-99. Marzo 2008. ISSN 1870-557X.

Hernández & Heróles, (2007). *Rotación de personal o insatisfacción laboral. Shaddairh reclutamiento & selección de persona*. Recuperado el día 28 de julio del 2014 de: http://shaddairh.mex.tl/frameset.php?url=/1036180_ROTACION-DE-PERSONAL-o-INSATISFACCION-LABORAL.html

Chiavenáto, (1990). *Administración de Recursos Humanos*. Editorial Atlas 1990.

García, (S/F). *Motivación hacia el trabajo y necesidades*. La Habana Editorial científico técnico 1981.

Mota, (S/F). *Estrategias de Empresas y Recursos Humanos*. Una visión dinámica de la Empresa.

Puchol, (1994). *Dirección y Gestión de Recursos Humanos* 1994.

Robbins, (1999). *Comportamiento Organizacional, Controversias y aplicaciones*. San Diego. EstateUniversity.

Schultz, (1994). *Psicología Industrial*. Tercera Ed. Florida. McGraw Hill.

Smith, (1989).

Velásquez, (2005).

Wherter & Davis, (2000). —Administración de Personal y Recursos Humanos. México. Ed.

McGraw Hill. p. 260.

Prácticas de liderazgo en personal de enfermería de un hospital de salud pública

Tirso Javier Hernández Gracia

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo - ICEA

Ventura Germán Sánchez Monjaraz

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo - ICEA

Resumen

Hoy en día, existe la necesidad de que las organizaciones desarrollen una cultura de liderazgo transformacional, donde haya un propósito, un sentimiento de familia, compromisos a largo plazo, intereses mutuos y un gran sentido de interdependencia. El presente estudio consistió en identificar las prácticas de liderazgo presentes en personal de enfermería de un hospital de salud pública, utilizando para ello el modelo MLQ (Multifactor Leadership Questionnaire) de Bass y Avolio, así como analizar su relación con algunos datos sociolaborales. La muestra estuvo compuesta por 150 enfermeras. Los principales resultados indican una orientación hacia el ejercicio de un estilo de dirección transaccional y la variable sociolaboral que más se correlaciona es la antigüedad del personal.

Palabras clave: Liderazgo Transformacional, Organización Pública, Personal de Enfermería.

Introducción

Desde ya hace algunos años, en su reporte anual la Organización Mundial de la Salud (OMS) reconoce que la percepción de los usuarios o derechohabientes de las instituciones de salud pública es negativa, es decir, que los servicios que ofrece no son suficientes y que falta calidad y calidez en muchas ocasiones por parte del personal responsable de otorgarlo (The World Health Report, 2008). Esto en parte es entendible, ya que con la velocidad con que crece la demanda por parte de los derechohabientes es mayor al incremento del personal, de la infraestructura y medicamentos necesarios, lo cual provoca de manera continua brotes de protestas e inconformidades, tanto de los pacientes y familiares, como de los propios trabajadores de la salud, al verse imposibilitados unos de acceder a los servicios básicos hospitalarios y otros de no contar con los recursos elementales para ofrecer una atención adecuada. Aunado a ello, existen variables de tipo organizacional o sociolaboral que se encuentran inherentes al trabajador, estableciendo una relación positiva o negativa con los estilos de liderazgo que ejercen los directivos y que de alguna manera determinan la conducta de un empleado en el desarrollo de sus funciones. En este sentido, el rol que juegan los directivos es determinante ya que las acciones que puedan ejercer dentro de este tipo de escenarios influirán de forma positiva o negativa sobre los empleados y estos a su vez establecerán actitudes que favorezcan o no a su desempeño laboral.

El personal de enfermería y su función

La Enfermería siempre ha sido una profesión de servicio, aunque en el pasado solía considerarse como una caridad. Actualmente esta profesión es un componente vital e indispensable del sistema de prestación de la atención sanitaria. Las enfermeras necesitan una práctica más centrada en el usuario y basada en el servicio, así como, trabajar con el

usuario y la familia, individualizando los cuidados, teniendo en cuenta las diferencias culturales y religiosas, y proporcionando apoyo para toda la familia.

La profesión de Enfermería requiere de formación para enfrentarse a las cambiantes necesidades relacionadas con los derechohabientes, desarrollar actividades de investigación para ejercer acciones de monitoreo y aumentar sus habilidades psicomotoras y su conocimiento cognitivo a medida que la tecnología avanza. Un aspecto importante en el ejercicio de esta disciplina, es que deben ser conscientes de cómo cuidan la salud y la enfermedad en las diferentes culturas, de tal suerte que la atención que no está adaptada culturalmente puede ser más costosa e inefectiva. La mayoría del personal que labora en esta área profesional son mujeres, por lo que se está reivindicando cada vez más la igualdad de sus derechos como seres humanos, trabajadoras y profesionistas sanitarios, esto ha generado que busquen mayor responsabilidad y control de sus cuerpos, su salud y sus vidas en general. A medida que las mujeres son más conscientes de sus propias necesidades y cualidades únicas, buscan una atención sanitaria que les ayude a satisfacer esas necesidades y alcanzar todo su potencial (Rosas, 2007).

Para que el personal de enfermería cumpla con su cometido, depende en gran parte de buenos directivos, que las impulsen y motiven a realizar sus actividades por convicción más que por obligación, es por ello que se requiere realizar estudios diagnósticos de manera continua para conocer las prácticas de liderazgo y la forma en que impactan en el personal, para con ello propiciar cambios oportunos que beneficien el trabajo y el cumplimiento de los objetivos organizacionales (Hernández, 2010).

El liderazgo transformacional

La idea de liderazgo es utilizada generalmente para referirse a la influencia de un sujeto sobre la motivación de otros, aunque de manera más específica y de acuerdo con la teoría de motivación, está relacionada a actos voluntarios (Pucheu, 2009). El liderazgo es un aspecto muy importante de la Administración, ya que uno de los requisitos indispensables para ser un buen administrador es tener la capacidad de poder dirigir a otros con efectividad. Los administradores deben utilizar todos aquellos elementos que estén a su alcance con el propósito de poder combinar los recursos humanos, materiales y económicos, de tal manera que se logren alcanzar los objetivos deseados por el grupo y que indudablemente deberán estar alineados con los de la organización. La clave para lograr esto, es el desempeño de una clara función administrativa y la observancia de un cierto grado de discreción en la autoridad para dar apoyo a las acciones de los ejecutivos. En las últimas décadas, en diversos ámbitos de la vida académica y social, ha surgido la inquietud por encontrar nuevas formas de enfrentar los retos que el movimiento mundial impone a los individuos, las organizaciones y los Estados. En este contexto, ha habido una aparición de un nuevo género de teorías de liderazgo. En contraste a las teorías tradicionales de liderazgo que toman como sus variables dependientes el desempleo, la satisfacción y el conocimiento de los subordinados, las "teorías de liderazgo transformacionales" toman como sus variables dependientes las respuestas emocionales de sus seguidores al trabajo relacionado con el estímulo y la autoestima, confianza y seguridad en los líderes, los valores de los seguidores y la motivación de éstos para desempeñarse por sobre y más allá del llamado del deber. Más aún, en contraste con aquellas teorías que describen a los líderes en términos de tareas y comportamientos del líder orientado a la persona, estas teorías más recientes describen a los líderes en términos de articulación y enfoque de una visión y

misión, creando y manteniendo una imagen positiva en las mentes de sus seguidores, estableciendo expectativas desafiantes para éstos, mostrando confianza y respeto por ellos y comportándose de un modo que refuerza la visión y la misión (Díaz y Delgado, 2014).

Mientras los líderes transformacionales tienen la habilidad de cambiar la perspectiva de sus colaboradores, motivar e inspirar, los líderes transaccionales premian a los subordinados por cumplir con las orientaciones dadas. Cabe aclarar que los comportamientos del liderazgo transaccional y del transformacional, no son excluyentes entre sí, de hecho pueden presentarse simultáneamente en las prácticas directivas sin afectar un estilo de liderazgo característico (Burns, 1978, citado en Contreras y Barbosa, 2013).

El liderazgo transformacional está enfocado en elevar el interés de los seguidores, el desarrollo de la autoconciencia y aceptación de la misión organizacional, y el ir más allá de sus auto-intereses por el interés de bienestar del grupo (Mendoza, Escobar y García, 2012).

El líder Transformacional se esfuerza en reconocer y potenciar a los miembros de la organización y se orienta a Transformar las creencias, actitudes y sentimientos de los seguidores, pues no solamente gestiona las estructuras sino que influye en la cultura de la organización en orden a cambiarla (Salazar, 2006). Bass define al Liderazgo Transformacional como un proceso que se da en la relación líder-seguidor, que se caracteriza por ser carismático, de tal forma que los seguidores se identifican y desean emular al líder. Es intelectualmente estimulante, expandiendo las habilidades de los seguidores; los inspira, a través de desafíos y persuasión, proveyéndoles significado y entendimiento. Finalmente, considera a los subordinados individualmente, proporcionándoles apoyo, guía y entrenamiento y define al Liderazgo Transaccional, como aquél que se centra en la transacción o contrato con el seguidor, en donde las necesidades

de éste pueden ser alcanzadas si su desempeño se adecua a su contrato con el líder. Este liderazgo conceptualmente está constituido por Recompensa Contingente y Dirección por Excepción (Bass y Avolio, 1994, citado en Panadero, 2013).

Un verdadero líder transformacional podría maximizar su potencial cuando está dispuesto a dedicar en cualquier momento todo lo que son, para aceptar a todos los que les pueda caer bien (Bass, 1998, citado en Manosalva y Vergara, 2012). El liderazgo transformacional, se centra en las capacidades transformadoras de los líderes, más que en sus características personales y en sus relaciones con los seguidores. Se conoce a los líderes transformacionales por mover o cambiar cosas —a lo grande— al comunicar a sus seguidores, aprovechando los más altos ideales y motivos de estos, una visión especial del futuro. Como sucede con los líderes carismáticos, los seguidores confían, admiran y respetan al líder transformacional.

El Modelo de Liderazgo Transformacional de Bass – Avolio.

Uno de los principales modelos de liderazgo transformacional es el desarrollado por Bernard Bass y Bruce Avolio (2000), profesores e investigadores de la Universidad de Binghamton, New York, en Estados Unidos. El instrumento es conocido como Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ), Forma 5X Corta, en sus dos versiones Líder y Seguidor (Vega y Zavala, 2004).

El Liderazgo Transformacional, como proceso organizacional, toma un papel importante en este orden de cosas, ya que desarrolla el potencial de los recursos humanos. Avolio (1997) señala que para ser una organización sustentable, se necesita de un cambio significativo en las estrategias que se usan para el desarrollo de recursos humanos, no sólo a nivel

organizacional sino también educacional. Se están requiriendo personas que además de un nivel de calificación adecuado al cargo, desarrollen su capital intelectual en forma constante para ser más autónomas y amplíen su repertorio conductual, de manera que les permita ser más flexibles y tomar decisiones oportunas. Este cambio pasará por un replanteamiento en la manera en que los expertos, organizaciones y empresarios son dirigidos (Cuoto, 1997, citado en Manosalva y Vergara, 2012)).

Dentro de este mismo tópico, se observa que se está produciendo una redefinición de las relaciones entre líder y seguidor en las organizaciones norteamericanas, donde hay un movimiento desde estilos directivos a más colaborativos, de manera que se incrementa la participación y estimulación de los trabajadores. En este ambiente turbulento y competitivo se necesitarán formas más plásticas y creativas de organización, y que estén dispuestas a invertir, acrecentar y recompensar el capital intelectual de los trabajadores, así mismo recalca que el liderazgo es una de las claves para crear en las Organizaciones la arquitectura social, capaz de generar la realización total del potencial de capital intelectual de los trabajadores. Aún más, plantea que las organizaciones sólo aprovechan el 5 a 10% de las habilidades de los empleados, siendo el desafío para los líderes el aprender a reconocer y emplear las capacidades de los subordinados (Hernández, 2010).

Planteamiento del problema

Desde hace más de 7 años la Organización Mundial de la Salud, estableció, dentro de su informe anual, que para el año 2016 se debe contar con condiciones laborales más seguras y utilizar prácticas directivas más eficaces en los hospitales y centros de salud (The World Health Report, 2006). Desde el ámbito mundial hasta el nacional, las organizaciones de

salud se han mantenido durante años enfrascadas en una lucha permanente por mejorar las condiciones económicas y laborales de sus recursos humanos, así como enfrentar la necesidad de utilizar prácticas directivas más eficaces, que posibiliten mejorar la gestión y administración de los mismos en todos los niveles jerárquicos de la propia organización, orientando estos esfuerzos en el desencadenamiento de conductas positivas en beneficio del propio trabajador y en la atención de los usuarios que reciben un servicio médico, para que éste se dé con calidad y calidez.

Los sistemas de salud pueden ser transformados de manera que la gente valore la equidad del servicio, la participación de los agentes de salud y el conocimiento de los directivos. Para lograrlo, se requiere de nuevas estrategias de liderazgo para la salud, de ahí que el sector público tiene que tener un papel importante en la dirección eficaz y hacer hincapié en el hecho de que esta función debe ejercerse a través de modelos de colaboración de diálogo sobre políticas con múltiples interesados, porque esto es lo que la gente espera (The World Health Report, 2008). En México se han producido diversas manifestaciones por el personal de enfermería del ámbito de la salud, a través de una serie de demandas relacionadas con su quehacer laboral, como la que expusieron las enfermeras integrantes del Comité Nacional de los Hospitales Públicos de la República Mexicana, al señalar que por las actividades que desempeñan en el trato y cuidado de un gran número de pacientes, al cabo de los años llegan a padecer enfermedades como problemas de circulación, falta de sueño, irritabilidad, gastritis y estrés laboral, destacando también la necesidad de que las autoridades que están al frente de los hospitales les brinden mejores condiciones de trabajo y un mayor apoyo en la realización del mismo (Rodríguez, 2007). En Hidalgo, los valores humanos y morales tienen que ser rescatados entre las enfermeras de los servicios de salud

pública; pues ante la saturación de los hospitales se pierde la actitud humana ante el paciente, lo cual por supuesto implica una gran labor encabezada principalmente por sus directivos (Avilés, 2011). En este sentido, son muchos los problemas que pueden identificarse en los hospitales de salud pública, debido principalmente a la gran variedad de personal que labora en esos lugares y a la cantidad de usuarios que cotidianamente acuden a solicitar un servicio de atención médica, lo cual invita a desarrollar una gran cantidad de líneas de investigación encaminadas a atender esa problemática diversa. No obstante, para la presente investigación se desea conocer

¿Cuáles son las prácticas de liderazgo que prevalecen en el personal de enfermería de un hospital de salud pública y qué relación tienen con algunas variables sociolaborales?

Justificación

Desde hace varios años se ido incrementando el interés de diversos investigadores sobre el estudio del liderazgo (J. Bono y T. Judge, 2004), propiciando también que el contexto global obligue a las empresas a interesarse en este tópico (J. Feinberg, C. Ostroff y W. Burke, 2005). El liderazgo se desarrolla mediante un crecimiento personal y se podría realizar en cada uno de ellos, un líder (McCollum, 1999). Es por ello, que existe la necesidad de que las organizaciones desarrollen una cultura de liderazgo transformacional, donde haya generalmente un sentido de propósito y un sentimiento de familia, en donde los compromisos sean a largo plazo, donde los líderes y seguidores compartan intereses mutuos, pero con un sentido de interdependencia (B. Bass y B. Avolio, 1993). Las instituciones hospitalarias públicas inducen a problemas de coordinación entre sus miembros, sufriendo la incompetencia de los profesionales, las dificultades de libertad de

acción y las respuestas disfuncionales por parte de los directivos a los problemas organizacionales (L. Cabrera, P. López, S. Salinas, J. Ochoa, I. Marín, y L. Haro, 2005). Con la presente investigación se pretende obtener un conocimiento explicativo sobre la relación que existe entre los estilos de liderazgo y algunas variables sociolaborales en el personal de enfermería de una institución pública del sector salud, utilizando para ello un modelo de liderazgo transformacional de Bernard Bass y Bruce Avolio adaptado en México por Ignacio Mendoza (2005), haciendo los ajustes específicos al contexto local de acuerdo con las características de la población objetivo. Así mismo, se pretende enriquecer el aspecto teórico y práctico y que esta investigación sirva de motivación para poder realizar estudios comparativos posteriores.

Objetivo General

Conocer las prácticas de liderazgo en el personal de enfermería de un hospital de salud pública y analizar su relación con algunas variables sociolaborales.

Hipótesis

H₁: El estilo de liderazgo que más prevalece en el personal de enfermería del hospital de salud pública es el transaccional.

H₂: La antigüedad y el turno tienen una relación significativa con el estilo de liderazgo que más prevalece en el personal de enfermería.

Metodología

Unidad de análisis

Se aplicaron los instrumentos de medición a 150 enfermeras del área médica de un hospital de salud pública, El principal criterio de inclusión considerado fue que el personal ocupe plaza de base.

Instrumento de medición

Se aplicó el instrumento de medición MLQ 5x, desarrollado originalmente por Bass y Avolio (2000) y adaptado al contexto mexicano por Ignacio Mendoza (2005). Se incluyeron algunas variables sociolaborales. Así mismo, se aplicó una prueba de fiabilidad utilizando para ello el coeficiente Alpha de Cronbach, mismo que arrojó resultados de 0.90, los cuales fueron considerados como aceptables.

Resultados

El total de la población de encuestados son mujeres. Para probar la primera hipótesis de investigación se analizó las puntuaciones obtenidas por el personal de enfermería, mismas que se señalan en la Tabla 1. Como se puede observar, las puntuaciones medias más altas se obtuvieron en la dimensión correspondiente a Administración por Excepción Pasiva (media = 3.75), después en la dimensión referente a Premio Contingente (media = 3.46) y en tercer lugar la de Administración por Excepción Activo (media = 3.35), mientras que las más bajas fueron para la dimensión Tolerancia Psicológica (media = 3.03) y de Laissez-Faire (media = 2.90).

Tabla 1. -Media, mediana, moda y desviación estándar de cada una de las

Dimensiones del MLQ			Estadísticas descriptivas			
			Media	Mediana	Moda	Desviación Estándar
Transformacional	Influencia	Idealizada	3.17	3.21	3.00	0.95

Dimensiones del MLQ		Estadísticas descriptivas			
		Media	Mediana	Moda	Desviación Estándar
	(atributo)				
	Influencia Idealizada (conducta)	3.10	3.21	3.00	1.00
	Inspiración Motivacional	3.23	3.40	3.00	1.02
	Estimulación Intelectual	3.13	3.10	2.50	0.94
	Consideración Individual	3.15	3.10	3.00	1.00
	Tolerancia Psicológica	3.03	3.30	3.00	0.90
Transaccional	Premio Contingente	3.46	2.30	1.00	1.12
	Administración por Excepción Activo	3.35	3.30	3.50	0.80
	Administración por Excepción Pasiva	3.75	3.40	3.00	1.00
No - Liderazgo	Laissez-Faire	2.90	2.30	2.00	1.01
Variables de Resultado	Satisfacción	3.22	3.35	3.00	0.82
	Esfuerzo extra	3.15	3.40	4.00	1.06
	Efectividad	3.28	3.50	3.00	0.92

Fuente. Elaboración propia

Con ello se puede decir que la hipótesis de investigación uno, se acepta, ya que el estilo de liderazgo que más prevalece en el personal de enfermería del hospital de salud pública es el transaccional, en lo referente a la Administración por Excepción Pasivo, Premio Contingente y Administración por Excepción Activo. Esto indica que el personal directivo se aparece en la acción cuando las desviaciones e irregularidades han ocurrido, es decir, aparecen cuando no se satisfacen los estándares esperados.

Tabla 2. -Diferencia de medias de las dimensiones del MLQ

Dimensiones del MLQ/Antigüedad	Media	n	F	p
Influencia Idealizada (Atributo)			2.438	0.037
• De 1 a 5 años	3.4529	48		

Dimensiones del MLQ/Antigüedad	Media	n	F	p
<ul style="list-style-type: none"> • De 6 a 10 años • De 11 a 15 años • De 16 a 20 años • De 21 años en adelante 	3.4292 3.3986 2.9338 3.5748	44 18 14 26		
Influencia Idealizada (Conducta)			4.294	0.001
<ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 5 años • De 6 a 10 años • De 11 a 15 años • De 16 a 20 años • De 21 años en adelante 	3.6010 3.3167 3.4392 2.7647 3.5385	48 44 18 14 26		
Inspiración Motivacional			4.124	0.005
<ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 5 años • De 6 a 10 años • De 11 a 15 años • De 16 a 20 años • De 21 años en adelante 	3.4585 3.1254 3.3698 2.8779 3.9250	48 44 18 14 26		
Estimulación Intelectual			2.779	0.030
<ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 5 años • De 6 a 10 años • De 11 a 15 años • De 16 a 20 años • De 21 años en adelante 	3.3261 3.1958 3.4802 2.7279 3.5750	48 44 18 14 26		
Consideración Individual			3.111	0.024
<ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 5 años • De 6 a 10 años • De 11 a 15 años • De 16 a 20 años • De 21 años en adelante 	3.2391 3.3208 3.3378 2.7353 3.6020	48 44 18 14 26		
Tolerancia Psicológica			2.430	0.031
<ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 5 años • De 6 a 10 años • De 11 a 15 años • De 16 a 20 años • De 21 años en adelante 	3.3478 3.3458 3.3880 2.7868 3.2885	48 44 18 14 26		
Premio Contingente			3.113	0.016
<ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 5 años • De 6 a 10 años 	2.6087 2.8250	48 44		

Dimensiones del MLQ/Antigüedad	Media	n	F	p
• De 11 a 15 años	3.0608	18		
• De 16 a 20 años	2.1618	14		
• De 21 años en adelante	3.7827	26		
Administración por Excepción Activo			4.036	0.001
• De 1 a 5 años	3.3623	48		
• De 6 a 10 años	3.4708	44		
• De 11 a 15 años	3.5473	18		
• De 16 a 20 años	2.8088	14		
• De 21 años en adelante	3.2885	26		

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

Tabla 2 (Continuación)

Dimensiones del MLQ/Antigüedad	Media	n	F	p
Administración por Excepción Pasivo			4.642	0.002
• De 1 a 5 años	2.9529	48		
• De 6 a 10 años	2.9000	44		
• De 11 a 15 años	3.1550	18		
• De 16 a 20 años	2.8971	14		
• De 21 años en adelante	3.2981	26		
Laissez-faire			3.554	0.038
• De 1 a 5 años	3.5987	48		
• De 6 a 10 años	3.5240	44		
• De 11 a 15 años	2.9660	18		
• De 16 a 20 años	3.8844	14		
• De 21 años en adelante	2.4550	26		
Satisfacción			2.813	0.024
• De 1 a 5 años	3.4700	48		
• De 6 a 10 años	3.3167	44		
• De 11 a 15 años	3.3243	18		
• De 16 a 20 años	2.8088	14		
• De 21 años en adelante	3.3221	26		
Esfuerzo Extra			2.976	0.021
• De 1 a 5 años	3.5520	48		
• De 6 a 10 años	3.2333	44		
• De 11 a 15 años	3.3986	18		

Dimensiones del MLQ/Antigüedad	Media	n	F	p
• De 16 a 20 años	2.7132	14		
• De 21 años en adelante	3.3173	26		
Efectividad			2.919	0.022
• De 1 a 5 años	3.4819	48		
• De 6 a 10 años	3.4542	44		
• De 11 a 15 años	3.3581	18		
• De 16 a 20 años	2.8971	14		
• De 21 años en adelante	3.4856	26		

En la Tabla 2, se muestran los rangos de antigüedad laboral, identificándose diferencias estadísticamente significativas con la dimensión de Influencia Idealizada (atributo), cuyas medias más altas correspondieron al personal que tiene de 21 años en adelante (media = 3.5748; $p = 0.037$). En la dimensión Influencia Idealizada (conducta), las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que tiene de 1 a 5 años de antigüedad (media = 3.6010; $p = 0.001$). En la dimensión Inspiración Motivacional, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que tiene de 21 años en adelante de antigüedad (media = 3.9250; $p = 0.005$). En la dimensión Estimulación Intelectual las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que tiene de 21 años en adelante de antigüedad (media = 3.5750; $p = 0.030$). En la dimensión Consideración Individual, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que tiene de 21 años en adelante de antigüedad (media = 3.6020; $p = 0.024$). En la dimensión Tolerancia Psicológica, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que tiene de 11 a 15 años de antigüedad (media = 3.3880; $p = 0.031$).

En la dimensión Premio Contingente, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que tiene de 21 años en adelante de antigüedad (media = 3.7827; $p = 0.016$). En la dimensión Administración por Excepción Activo, las puntuaciones medias más altas fueron

para el personal que tiene de 21 años en adelante de antigüedad (media = 3.5473; $p = 0.001$). En la dimensión Administración por Excepción Pasivo, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que tiene de 21 años en adelante de antigüedad (media = 3.2981; $p = 0.002$).

En la dimensión Laissez-faire, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que tiene de 16 a 20 años de antigüedad (media = 3.8844; $p = 0.038$).

En la dimensión Satisfacción, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que tiene de 1 a 5 años de antigüedad (media = 3.4700; $p = 0.024$).

En la dimensión Esfuerzo Extra, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que tiene de 1 a 5 años de antigüedad (media = 3.5520; $p = 0.021$).

Finalmente en la dimensión Efectividad, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que tiene de 21 años en adelante de antigüedad (media = 3.4856; $p = 0.022$).

En la Tabla, se muestran los rangos de antigüedad laboral, identificándose diferencias estadísticamente significativas con la dimensión de Influencia Idealizada (atributo), cuyas medias más altas correspondieron al personal que labora en el turno matutino (media = 3.4412; $p = 0.050$).

En la dimensión Influencia Idealizada (conducta), las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que labora en el turno matutino (media = 3.6514; $p = 0.010$). En la dimensión Inspiración Motivacional, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que labora en el turno mixto (media = 3.4300; $p = 0.033$).

Tabla 3. -Diferencia de medias de las dimensiones del MLQ

Dimensiones del MLQ/Antigüedad	Media	n	F	p
Influencia Idealizada (Atributo)			3.125	0.050
• Matutino	3.4412	82		
• Vespertino	3.4120	40		
• Mixto	3.4310	28		
Influencia Idealizada (Conducta)			3.258	0.010
• Matutino	3.6514	82		
• Vespertino	3.5520	40		
• Mixto	3.1411	28		
Inspiración Motivacional			3.684	0.033
• Matutino	3.3200	82		
• Vespertino	3.1925	40		
• Mixto	3.4300	28		
Estimulación Intelectual			3.6027	0.112
• Matutino	3.4878	82		
• Vespertino	3.2852	40		
• Mixto	3.2550	28		
Consideración Individual			3.841	0.981
• Matutino	3.7124	82		
• Vespertino	3.3278	40		
• Mixto	3.3478	28		
Tolerancia Psicológica			2.254	0.477
• Matutino	3.2578	82		
• Vespertino	3.3498	40		
• Mixto	3.3125	28		
Premio Contingente			3.124	0.258
• Matutino	2.9814	82		
• Vespertino	3.7960	40		
• Mixto	3.6085	28		
Administración por Excepción Activo			4.037	0.041
• Matutino	3.2552	82		
• Vespertino	3.8530	40		
• Mixto	3.1210	28		
Administración por Excepción Pasivo			4.651	0.041

Dimensiones del MLQ/Antigüedad	Media	n	F	p
• Matutino	3.1258	82		
• Vespertino	3.8410	40		
• Mixto	3.4852	28		
Laissez-Faire				
• Matutino	3.5874	82	4.873	0.312
• Vespertino	3.7991	40		
• Mixto	3.6530	28		
Satisfacción			3.254	0.102
• Matutino	3.3560	82		
• Vespertino	3.6214	40		
• Mixto	3.3589	28		
Esfuerzo Extra			2354	0.350
• Matutino	3.2779	82		
• Vespertino	3.3698	40		
• Mixto	3.5417	28		
Efectividad			4.128	0.120
• Matutino	3.7841	82		
• Vespertino	3.8994	40		
• Mixto	3.2358	28		

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

En la dimensión Administración por Excepción Activo, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que labora en el turno vespertino (media = 3.85; $p = 0.041$). En la dimensión Administración por Excepción Pasivo, las puntuaciones medias más altas fueron para el personal que labora en el turno vespertino (media = 3.84; $p = 0.041$).

Las dimensiones Estimulación Intelectual, Consideración Individual, Tolerancia Psicológica, Premio Contingente, Laissez-Faire, Satisfacción, Esfuerzo Extra y Efectividad no fueron significativas.

La hipótesis dos también es aceptada, pero parcialmente, debido a que por un lado, la antigüedad es la que más diferencias significativas presentó en relación con el modelo de

Liderazgo, ya que en las 13 dimensiones fueron positivas, lo cual indica que es importante considerar la experiencia laboral del personal de enfermería del hospital de salud pública, ya que es determinante en los estilos de dirección que deben adoptar los directivos. Sobresale en esta correlación el personal de enfermería que tiene más de 21 años de antigüedad en la institución. No obstante, por otro lado, con respecto al turno solo 5 de 13 dimensiones fueron positivas, correspondiendo 3 al tipo de liderazgo transformacional y 2 al tipo de liderazgo transaccional.

Discusión

Con la presente investigación se logró concluir satisfactoriamente el objetivo planteado inicialmente, toda vez que al contrastar los resultados obtenidos con el modelo de Bass y Avolio, se reafirmaron los hallazgos teóricos establecidos en sus tres principales ejes: Liderazgo Transaccional, Liderazgo Transformacional y Laissez-Faire.

Conclusiones

Administración por Excepción Pasivo, Premio Contingente y Administración por Excepción Activo del modelo MLQ, son dimensiones que pertenecen al estilo de liderazgo transaccional, lo cual significa que los directivos motivan al personal a intercambiar con ellos premios para un rendimiento de servicios, lo cual no es malo del todo, el problema es que no siempre se cuenta con los recursos necesarios para mantener éstos vínculos de interés con los trabajadores.

La antigüedad es la que más diferencias significativas presentó en relación con el modelo de Liderazgo MLQ, ya que en las 13 dimensiones del MLQ fueron positivas. Esto significa que no existe un tipo de liderazgo bien equilibrado por parte de los directivos, sobre todo en personas cuya antigüedad se encuentra entre los primeros años o bien en personal que

tienen más de 21 años de servicios. Es importante considerar que en esos extremos de antigüedad laboral, al inicio o al final, es cuando un trabajador es más vulnerable.

En relación al turno, se encontró que solo 5 de las 13 dimensiones que compone el modelo MLQ, tuvieron una relación significativa, tal es el caso de Influencia Idealizada (Atributo), Influencia Idealizada (Conducta) e Inspiración Motivacional que pertenecen al tipo de Liderazgo Transformacional, cuya asociación en la mayoría de los casos está dada con el turno matutino. Esto significa, que a pesar de que la mayor afluencia de usuarios o derechohabientes se encuentra por la mañana, existe mayor motivación por parte de los directivos con los subordinados para realizar su trabajo.

Por otro lado, también se practica el liderazgo transaccional, principalmente con el personal de enfermería del turno vespertino, ya que así lo reflejan las dimensiones Administración por Excepción Activo y Administración por Excepción Pasivo.

Bibliografía

Avilés, M. (2011). Se debilitan valores de enfermeras. Con frecuencia, en el servicio médico público se visualiza un trato deshumanizado de los pacientes. Editorial Criterio.

Artículo consultado el 10 de junio 2014 en:

<http://www.criteriohidalgo.com/notas.asp?id=33275>

Bass, B. M. y Avolio, B. (1993). Transformational Leadership and Organizational Culture. Public Administration Quarterly (PAQ), pp. 113-116.

Bass, B. y Avolio, B. (2000). MLQ Multifactor Leadership Questionnaire. Second Edition. Sampler Set: technical report, leader form, rater form, and scoring key for MLQ Form 5XShort. Published by Mindgarden, Inc.

Bono, J. y Judge, T. (2004). Personality and Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analysis, *Journal of Applied Psychology*, 89(5), pp. 901-910.

Cabrera, L., Rojas, P., Salinas, S., Ochoa, J., Marín, I. y Haro, L. (2005). Burnout síndrome among Mexican hospital nursery staff. *Revista Médica IMSS, México*, 43(1), pp. 11-12.

Contreras, F. y Barbosa, D. (2013). Del liderazgo transaccional al liderazgo transformacional: implicaciones para el cambio organizacional. *Revista Virtual, Universidad Católica del Norte*, No. 39, Bogotá, Colombia.

Díaz, D. y Delgado, M. (2014). Competencias gerenciales para los directivos de las instituciones educativas de Chiclayo: una propuesta desde la socio formación, Tesis para optar el grado académico de Magister en Educación: Investigación Pedagógica, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Escuela de Posgrado, Chiclayo, Perú, p. 124.

Feinberg, J., Ostroff, C. y Burke, W. (2005). The role of within-group agreement in understanding transformational leadership. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78, pp. 471-488.

Hernández, T. (2010). El liderazgo transformacional y su influencia sobre el síndrome de Burnout, en el personal de enfermería y trabajo social del Hospital General Pachuca, Hidalgo, Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Tlaxcala.

Hernández, C. (2010). Estilos de liderazgo de enfermeras y enfermeros del servicio Cántabro de salud. *Reduca (Enfermería, Fisioterapia y Podología)*, Universidad Complutense de Madrid, España, 2(1), pp. 598-599.

Manosalva, P. y Vergara, P. (2012). Estudio comparativo de los estilos de liderazgo presentes en los organismos públicos de la Ciudad de Punta Arenas, Trabajo de Titulación, Universidad de Magallanes, Chile, pp. 31-32.

Mendoza, I. (2005). Estudio diagnóstico del perfil de liderazgo transformacional y transaccional de gerentes de ventas de una empresa farmacéutica a nivel nacional. México: Universidad de Tlaxcala, Tesis doctoral Ciencias Administrativas.

Mendoza, I., Escobar, G. y García, B. (2012). Influencia del liderazgo transformacional en algunas variables de satisfacción organizacional en personal docente y administrativo de una institución pública de educación media superior.

Panadero, L. (2013). Características de liderazgo de los estilos transformacional / transaccional en los profesionales de enfermería de una IPS de Bogotá. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Enfermería, Programa de Maestría en Enfermería, Bogotá, Colombia, p. 39.

Pucheu, J. (2009). Liderazgo transformacional como relación de ayuda en enfermería evidencia de dos hospitales, Tesis para optar al grado de Doctor en Psicología, Universidad de Chile, Santiago de Chile, p. 9.

Rodríguez, R. (2007). Enfermeras piden a los reyes magos un mejor sueldo. EL UNIVERSAL. México, D.F. <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/147250.html>

Rosas, S. (2007). Síndrome de desgaste profesional (Burnout) en personal de Enfermería del Hospital General Pachuca. Universidad Autónoma de Querétaro, México, Tesis de Maestría en Psicología del Trabajo.

Salazar, M. (2006). El liderazgo transformacional ¿modelo para organizaciones Educativas que aprenden?, Unirevista - Vol. 1, n° 3, Julio, Universidad de Viña del Mar, Chile, p. 1-12.

The World Health Report, (2006). Health workers: a global profile. Working together, within and across countries, pp. 148-149.

The World Health Report, (2008). Primary Health Care: Now More Than Ever. Leadership and effective Government pp. 81-85.

Vega, C. y Zavala, G. (2004). Tesis: Adaptación del Cuestionario Multifactorial de Bass y Avolio al contexto chileno, Depto. de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile, Santiago de Chile, pp. 10-12.

Desarrollo organizacional y tecnoformación en instituciones de educación superior colombianas

Margel Parra

Corporación Universitaria de la Costa. Barranquilla Colombia.

Sonia Duran.

Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela.

RESUMEN

La presente investigación estuvo dirigida a Determinar la relación entre desarrollo organizacional y tecnoformación en instituciones de Educación Superior. Como apoyo teórico se utilizó a French Bell (2011), Robbins (2009), Guízar (2012) entre otros para Desarrollo organizacional. Así mismo para la variable Tecnoformación se consideraron Parra (2010), Goñi (2008), Sunkel (2008). La metodología de la investigación fue correlacional, descriptiva, con un diseño no experimental de campo, la población estuvo conformada por cuarenta (40) docentes (a tiempo completo). La técnica de recolección de datos fueron dos cuestionarios, integrados por (24) ítems cada uno, con diferentes alternativas tipo escala Likert. La validez del instrumento se obtuvo a través del juicio de 10 expertos. Para el cálculo de la confiabilidad se utilizó el método de alfa Crombach, donde se obtuvo un valor de 0.80 para cada variable, comprobando que el instrumento es confiable. Los datos obtenidos fueron tabulados de acuerdo a los reactivos e interpretados estadísticamente mediante frecuencia absolutas y relativas, agrupados por dimensión e indicador. Sus resultados fueron que no se aplican actividades de desarrollo organizacional establecidas en un programa, no obstante se despliegan actividades de tecnoformación. En cuanto a la correlación esta genero un coeficiente de -0,60, es decir con una tendencia negativa media, es decir no existe correlación.

Palabras Claves: Desarrollo organizacional, tecnoformación, plataforma tecnológica.

Introducción

En la actualidad existen organizaciones realizando cambios mediante el análisis de su estructura, lo cual incluye la adaptación a procesos inherentes a sus actividades. Algunas tratan los cambios como algo que ocurre de manera accidental involucrando las actividades de cambio generadas como proactivas y con determinados propósitos; sin embargo es importante asumirlo como una actividad intencional orientada hacia la meta. Destacando que el mundo actual se caracteriza por un cambio constante en el ambiente, el mismo envuelve a las organizaciones con su proceso dinámico, exigiendo cierta capacidad de adaptación como condición básica de supervivencia.

El estudio se realizó en las universidades privadas colombianas, específicamente en la ciudad de Barranquilla, (Corporación Universitaria de la Costa, y la universidad autónoma del caribe). Asumiendo que el Desarrollo Organizacional (D.O.) es un término que se utiliza para abarcar un conjunto de intervenciones de cambios planeados, construidos sobre valores democráticos humanísticos, que buscan mejorar la eficacia organizacional y el bienestar de los empleados, es una disciplina creada formalmente a partir de los años 70, se presenta en ella el fenómeno, poco frecuente en las ciencias sociales.

Este es un aspecto importante en cualquier empresa, quedar atrapada en patrones inadecuados como consecuencia de la visión que tengan los integrantes de la misma, la manera de realizar el trabajo, el modo de aprender a resolver problemas, la forma de comunicarse, las actitudes y valores imperantes, esto podría provocar estar incomunicados

por tales patrones, además sin capacidad de reacción para enfrentar futuros retos o problemas con actitudes nuevas.

El fenómeno de la globalización y la tecnología de la información están vinculados de modos interesantes, a organizaciones descentralizadas, con unidades de operación diseminadas alrededor del mundo, enfrentan algunos retos significativos por lo que se refiere a la coordinación y cooperación. Sin embargo, las tecnologías avanzadas de computación y telecomunicaciones ofrecen posibilidades de enlazar a los empleados en formas que apenas se podían imaginar en el pasado.

Para enfrentar los retos planteados por la globalización y los rápidos cambios de la tecnología de la información, las organizaciones deben atraer empleados en un mercado laboral cambiante, en este sentido, Parra (2010) afirma que debe adquirirse conocimientos a través de todos estos medios, por tanto se fomenta el aprendizaje de muchos elementos, asociado entonces al proceso de formación. De acuerdo con ello Burton-Jones (1999) citado por Urkola (2006), consideran que el conocimiento puede definirse como el acervo acumulado de información y destrezas (competencias y entrenamiento) del uso de información por parte del receptor. Desde esta aproximación, la Sociedad de la Información se conformaría como un estadio evolutivo de sociedad previo al denotado por la Sociedad del Conocimiento.

Sin embargo, las TIC pueden aportar recursos intangibles, como la generación de conocimiento, la creación de sinergias o la transformación de los procesos de negocio, originando ventajas competitivas. Esta realidad demanda a las empresas la capacidad de aprender a generar valor a través del uso eficiente de la información, la generación de conocimiento y la capacidad de innovación.

En este orden de ideas, el estudio se orientó a establecer la relación entre desarrollo organizacional y tecnoformación en instituciones de Educación Superior Colombiana, por lo cual se plantearon los siguientes objetivos; identificar las actividades del Desarrollo organizacional, Caracterizar las técnicas del Desarrollo organizacional, Describir la plataforma tecnológica empleada en los procesos académicos y Describir los métodos de formación en las instituciones de Educación Superior.

El problema.

Las universidades colombianas, están enlazadas en un proceso de transformación continua en pro de implementar herramientas tecnológicas acordes a las necesidades de los integrantes de la comunidad universitaria, generándoles beneficios, entre ellos: la inscripción de materias vía internet, construcción del horario de clases, consulta de horarios académicos, publicación de investigaciones, tesis; el uso de las redes sociales como medio para mantener la comunicación y publicitar, ofertar cursos virtuales que complementen un modelo de educación presencial, semi-presencial o a distancia. Esto con la finalidad de abarcar más estudiantes en territorios lejanos así como las opciones de disponer de recursos educativos como base de datos y portales para complementar sus bibliotecas dando espacio a que los usuarios pueden gestionar su tiempo, haciendo uso del recurso desde diferentes espacios al alcance de un clic, entre otros.

Asimismo, se encuentra regida por ciertas normas y políticas, las cuales regulan el quehacer académico, por ende el Ministerio de Educación Superior a través de certificaciones como el registro calificado permite que los programas académicos pueden funcionar por periodos

comprendidos desde 5 a 7 años los mismos con revisión continuas en virtud de ser renovado para permitir la continuidad del mismo.

Ello involucra los aspectos capaz de evidenciar la gestión organizacional, así como los avances e inclusión de los Programas Académicos, propiciando su interrelación con el contexto midiendo aspectos como plataforma, herramientas, recursos tecnológicos, además la conexión con el medio empresarial, la vinculación con otras universidades, el impacto social de los programas dividido en el quehacer académico, el cual abarca la docencia, la investigación y la extensión.

Para buscar su posicionamiento se han visto en la necesidad de estar al nivel de los desarrollos tecnológicos en función de ofrecer a los clientes, en este caso los estudiantes las herramientas necesarias para alcanzar sus objetivos profesionales, esto implica involucrarse en procesos tecnológicos de vanguardia. Como organizaciones que buscan mantener su posicionamiento, buscan adaptar las herramientas tecnológicas en pro de ser organizaciones vanguardistas, visualizando como los avances tecnológicos han ido ocupando sus espacios en el quehacer académico. Las mismas favorecidos por la realidad en la sociedad de la información, las cuales hacen que sean recursos esenciales para el desarrollo de las funciones, así como el establecimiento de relaciones y comunicación en el ámbito académico, pero además involucrado el desarrollo de la vida cotidiana.

Dentro de los contenidos programáticos en las universidades privadas se encuentra inmerso el componente de educación virtual, a distancia, el cual ha tenido un auge en la forma de capacitarse, en pro de la gestión del tiempo de cada participante, por lo tanto las universidades han tenido que incluir esta metodología para ser competitivo, promoviendo el acompañamiento del estudiante en el caso de los programas, presenciales con apoyo del aula virtual, programas semi-presenciales, o a distancia completamente.

No obstante las organizaciones objeto de estudio, CUC y UA, luego de un proceso diagnóstico se verificó que la más del 50% de los docentes no están involucrados con procesos de formación tecnológica, para funcionar de forma apropiada deben estar integradas por personas capacitadas en función de nuevas tecnologías de información y comunicación.

Bajo este contexto, es una obligación que el rol del docente se transforme, dado que el uso de las herramientas tecnológicas, vistas hoy en día como una necesidad para manejar los sistemas de información que permitan construir un espacio de educación virtual, los mismos deben ser empleados de forma eficiente por los profesores en su dimensión docente y en su dimensión investigativa.

Por ende es una realidad que desde las universidades colombianas deben diseñarse y gestionarse programas de capacitación para desarrollar las competencias tecnológicas en los docentes quienes construyen desde las aulas virtuales los cursos en línea, en este sentido, necesitan apoyo, orientación, pero lo más relevante es la formación en el manejo de la tecnología como medio o herramienta de aprendizaje, el cual debe ser bidireccional tanto para el uso de las herramientas tecnológicas en el docente, involucrando estas herramientas para desarrollar estrategias de aprendizaje para sus estudiantes.

En virtud de lo anteriormente expuesto, deben crear y proyectar la reflexión, también la formación del docente para asegurar la continuidad de los procesos sociales inmersos en los constantes cambios, involucrando además; un potencial de transformación de la sociedad, no sólo por el conocimiento capaz de generar, sino por interactuar con el entorno para construir agrupaciones de conocimientos orientándose a la búsqueda del excelencia organizacional y poder desenvolverse de manera efectiva.

Marco Teórico

Desarrollo Organizacional.

Considera Robbins (2009), que el paradigma del DO valora el crecimiento humano y organizacional, los procesos participativos, de colaboración, además del espíritu de investigación. El agente de cambio puede ser dado a ordenar en el DO; sin embargo, se insiste mucho en la colaboración. Se tienen en poca estima conceptos como poder, autoridad, control, conflicto y coerción entre los agentes de cambio del DO.

Por otro lado, para Bennis citado por French y Bell (2011), es una respuesta al cambio, una compleja estrategia educativa cuya finalidad es cambiar las creencias, actitudes, valores y estructura de las organizaciones, en tal forma que éstas puedan adaptarse mejor a nuevas tendencias, mercados retos así, como al ritmo vertiginoso del cambio mismo.

Actividades del desarrollo Organizacional.

La gente debe estar consciente de la necesidad del cambio, creer en el valor potencial de los cambios y estar dispuesta a modificar su conducta con el fin de volver más eficiente el equipo, departamento u organización, en este orden de ideas, las actividades a ejecutar son las siguientes:

Diagnóstico organizacional.

Para Herriegel y Slocum (2009), el diagnóstico organizacionales el proceso de evaluar el funcionamiento de la organización, departamento, equipo o puesto para descubrir las fuentes de problemas, además las áreas de posible mejora, asimismo requiere la recopilación de datos sobre las operaciones actuales, análisis de tales datos, obtención de

conclusiones para posibles cambios. El mayor problema que enfrenta cualquier diagnóstico, es identificar con precisión dónde se encuentra el área en conflicto.

Retroalimentación.

Herriegel y Slocum (2009), consideran la retroalimentación como el proceso donde la información se recopila por lo general mediante cuestionarios aplicados a integrantes de una organización, departamento o equipo de trabajo; la misma se organiza en forma comprensible y útil, luego se retroalimenta. Por otra parte Pinto (2012) asume que la Retroalimentación de datos, consiste en dar a conocer al grupo, la información recabada durante las entrevistas que se efectúan sobre la manera como los miembros de la organización ven sus problemas.

Acción.

Para French y Bell (2011), el componente de la acción consiste en todas las actividades y las intervenciones diseñadas para mejorar el funcionamiento de la organización. Son series de actividades estructuradas en las cuales las unidades seleccionadas de la organización se comprometen con una tarea o secuencia de tareas en las cuales las metas de la tarea están relacionadas con el mejoramiento de la organización.

Administración del programa:

Robbins (2009), sostiene que el agente de cambio evalúa la eficacia de los planes de acción. Al usar los datos iniciales recopilados como puntos de referencia, se puede comparar y evaluar cualquier cambio subsecuente. El agente de cambio busca objetivamente los problemas, y el tipo de problema determina el tipo de la acción de cambio. Aunque esto pudiera parecer intuitivamente obvio, muchas actividades de cambio no se desarrollan en esta forma.

Técnicas de Desarrollo Organizacional

Para French y Bell (2001), el D.O es un esfuerzo planificado de toda la organización y administrado desde la alta gerencia, para aumentar la efectividad, así como el bienestar de la organización por medio de intervenciones planificadas en los procesos de la entidad, los cuales aplican los conocimientos de las ciencias del comportamiento. Las intervenciones de los programas de D.O, pueden darse a distintos niveles organizacionales y siguiendo técnicas muy específicas, asociadas a la realidad organizacional.

-Aprendizaje Organizacional

Para Robbins (2009) una organización de aprendizaje es aquella que ha adquirido la capacidad continua de adaptarse y cambiar. Así como aprenden los individuos, también lo hacen las organizaciones. —Todas las organizaciones aprenden, si lo selecciona en función consciente o no.

-Gestión del Conocimiento

Para Nonaka (2001), Citado por Gairin (2008) la gestión del conocimiento, es una disciplina emergente que tiene como objetivo generar, compartir y utilizar el conocimiento tácito (Know-how) y explícito (formal) existente en un determinado espacio, para dar respuestas a las necesidades de los individuos y de las comunidades en su desarrollo. Por otra parte, Del Moral, Pazos, Rodríguez y Rodríguez (2007) consiste en poner a disposición del conjunto de miembros de una institución, de modo ordenado, práctico y eficaz, además de los conocimientos explicativos la totalidad de los conocimientos particulares, esto se refiere a los tácticos, de cada uno de los miembros de dicha institución los cuales pueden ser útiles para el más inteligente, promoviendo el mejor funcionamiento de la misma,

-Construcción de Equipos

Robbins (2009) considera que la construcción de equipos se puede aplicar en el interior de grupos o a nivel de relaciones entre grupos cuando las actividades son interdependientes. Como resultado, el interés se relaciona con las aplicaciones a las familias organizacionales (grupos de mando), así como a comités, equipos de proyectos, equipos autoadministrados y grupos de tareas. Para Pinto (2012), un equipo de trabajo es un grupo pequeño de personas cuyas capacidades individuales se complementan, se comprometen para una causa bajo un fin común, pero sobre todo comparten responsabilidad.

Socialización

Considera Duran (2010) que esta se refiere a la transmisión de la cultura organizacional de los administradores y empleados superiores a los nuevos empleados, proporcionándoles el conocimiento, las habilidades sociales necesarias para desarrollar las funciones, tareas organizacionales con éxito, lo cual fomenta el crecimiento organizacional. Brinda los medios por los cuales las personas aprenden los aspectos internos de una organización al unirse a ella. Esto incluye aprender los valores y desarrollar las competencias necesarias para realizar los deberes de un puesto.

Tecnoformación

Sostiene De Pablos (2007), que con la incorporación de las TICs, las posibilidades educativas no se limitan únicamente a las ofertadas en un entorno cercano, también se pueden elegir cursos y propuestas de formación impartidas por centros no necesariamente próximos, existe un incremento de la capacidad decisional del alumnado sobre su proceso de aprendizaje, al contar con mayores posibilidades para seleccionar y organizar su currículo formativo, la cual encarna el principio de la educación centrada en el estudiante, no basado en el docente.

Plataforma tecnológica

Para Guido (2005) la plataforma tecnológica representa el conjunto de los componentes que integran la parte material de una computadora. Alude a los componentes lógicos requeridos para posibilitar la realización de una tarea específica, es decir, se trata de un conjunto de instrucciones para que sean ejecutadas por un procesador.

-Portal institucional

La definición de portal viene dada según López (2007) por la concentración de información y servicios en un mismo sitio web, siendo por lo tanto, un concepto mucho más amplio que el de una página o un conjunto de páginas web alojadas en un servidor. En el caso del portal educativo, se concibe como aquel sitio web donde se concentra información canalizada a través de productos y servicios relacionados con el ámbito educativo.

-Plataforma de educación virtual

Para (Salinas1997), citado por Ferro, Martínez y Otero (2009) el proceso de enseñanza-aprendizaje por medio de las TICs habilita la posibilidad de adaptación de la información a las necesidades y características de los usuarios, tanto por los de la Internet que permite enviar datos (textos, sonido, programas de cómputo, imágenes, animaciones) de persona a persona o de una persona a diversos receptores (listas). El cual ha sido asumido por las organizaciones como parte de su proceso diario.

-Salas de informática

Se presenta a Internet como la base material y tecnológica de la sociedad red que permite el desarrollo de una serie de nuevas formas de relación social. En opinión de Ferro et al (2009) esa sociedad red es la sociedad actual cuya estructura está construida en torno a redes de información.

Métodos de formación

Para Sunkel (2008) resulta útil dar cuenta del avance de la incorporación de las TIC en las instituciones educativas refieren a los docentes, personal de apoyo, así como el uso que ellos/as hacen de los recursos tecnológicos en los procesos de enseñanza-aprendizaje a través de los siguientes métodos:

-Recursos tecnológicos

Sunkel (2008), considera en su estudio que el acceso a internet es clave para la formación de redes escolares y la participación en una comunidad educativa. Aunado a ello, el proceso de informatización de los sistemas debe contar con los equipos y herramientas adecuadas al desarrollo tecnológico de hoy en día

-Densidad informática

Sunkel (2008), considera que la incorporación de las TIC a la educación ha sido un proceso altamente dificultoso pues supone un modelo (con sus conceptos, discursos y prácticas) originado en el exterior de los sistemas de enseñanza, el mismo ha sido siempre de —afuera hacia —adentro del sistema educativo, ello ha generado múltiples resistencias. Para Fernández y Sanjuán (2012) con la densidad informática se intenta, contribuir a la advertencia temprana respecto de la necesidad de no perder la dimensión humana y social de los hechos. Por ello las instituciones educativas que desarrollen la modalidad a distancia deben asumir la responsabilidad ética de reconocer todas las características del medio social en el cual actúan, además proyectar sus eventuales aportes para la positiva modificación de algunos aspectos de tales realidades.

Aprendizaje cooperativo y colaborativo: Para Mayer, (2000), citado por Ferro, et al (2009) con la incorporación de las TICs, el proceso de aprendizaje universitario comprende una permanente búsqueda, análisis y reelaboración de informaciones obtenidas en la red.

De este modo, el estudiante deja de ser sólo un procesador activo de información, convirtiéndose en un constructor significativo de la misma, en función de su experiencia, sus conocimientos previos, actitudes y creencias que tenga, asimismo su implicación directa en el aprendizaje, en la búsqueda del desarrollo de procesos y capacidades mentales de niveles superiores.

-Percepción de habilidad

Sunkel (2008) expresa que las TIC son un conjunto de destrezas y habilidades, una cierta —competencia digital. Desde el punto de vista de la frecuencia, se usan las TIC en mayor proporción en las escuelas que en los hogares, las utilizan para realizar distintos tipos de actividades (navegar en internet, comunicarse, estudiar) y utilizan distintos de software que son de gran utilidad no solo en áreas estratégicas del currículum sino también en la vida adulta. Las nuevas TICs en opinión de Lara y Duart (2005), permiten un acceso más rápido y eficaz de los integrantes de la comunidad universitaria a la información, reduciendo de este modo el grado de obsolescencia de la información, utilizando de forma más eficiente las distintas fuentes informativas existentes a través de la red, dicha información se puede recibir en forma textual, visual, auditiva, igualmente dinámica.

Metodología Utilizada.

La investigación se califica como una investigación de tipo descriptiva, porque pretendió caracterizar la situación de las variables Desarrollo organizacional y tecnoformación en instituciones de Educación Superior. Tal y como se presentaron en la realidad organizacional. En cuanto al diseño de la investigación, en este estudio se utilizó un diseño no experimental, transversal, esto debido a que las variables no fueron manipuladas por las

investigadoras, y la recolección de datos se realizó en un único momento, obteniendo de esta forma una sola medición.

En cuanto a la población, la misma estuvo constituida por (40) docentes de las Universidades de Barranquilla Colombia, instituciones objeto de estudio, Corporación Universitaria de la Costa y la Universidad Autónoma del Caribe, los mismo dedicación a tiempo completo e integrantes de las facultades de ciencias económicas y psicología. A este respecto, el personal incluido dentro del contexto del universo a estudiar presenta un carácter finito, determinado y accesible de manejar, por esa razón la muestra fue igual a la población, por lo cual se utilizó una muestra intencional.

En este estudio se utilizó un cuestionario de recolección de datos derivado de este tipo de técnica. Lo cual permitió, definir cada uno de los elementos y facilitar la medición de las variables en estudio, para determinar la confiabilidad del instrumento se aplicó el método Alfa Crombach, arrojando como resultado $\alpha = 0.80$, para ambos instrumentos, lo que determina que fueron altamente confiables.

Resultados

Como la investigación es de tipo descriptiva, correlacional, de campo, el tratamiento estadístico se orientó a la suma de una serie de datos agrupados dando estos como resultado la construcción de tablas, para visualizar los datos iniciales, transformando estos en términos porcentuales en cada ítems, indicador y dimensión; obteniéndose de esta manera estimaciones de frecuencias estadísticas, dentro de los cuadros estadísticos. Para ello, se utilizaron estadísticas descriptivas a través del cálculo de las frecuencias absolutas, proporciones y porcentajes, apoyados en la interpretación de datos.

Tabla 1. Actividades de Desarrollo Organizacional.

Indicador	Ítems	ALTERNATIVAS DE RESPUESTAS									
		SIEMPRE		CASI SIEMPRE		A VECES		CASI NUNCA		NUNCA	
		FA	%	FA	%	FA	%	FA	%	FA	%
Diagnostico organizacional	1	8	19%	31	78%	1	3%	0	0%	0	0%
	2	14	35%	2	5%	6	15%	18	45%	0	0%
	3	10	25%	4	10%	21	53%	2	5%	3	8%
Retroalimentación	4	9	23%	5	13%	8	20%	16	40%	2	5%
	5	2	5%	13	33%	8	20%	15	38%	2	5%
	6	3	8%	7	18%	27	68%	1	3%	2	5%
Acción	7	2	5%	3	8%	3	8%	8	20%	24	60%
	8	2	5%	5	13%	7	18%	22	55%	4	10%
	9	9	23%	3	8%	19	48%	7	18%	2	5%
Administración del programa:	10	2	5%	1	3%	2	5%	35	88%	0	0%
	11	1	3%	0	0%	5	13%	34	85%	0	0%
	12	2	5%	12	30%	4	10%	21	53%	1	3%

Fuente: Parra y Duran (2014)

Se observan los resultados orientados a identificar las actividades del Desarrollo organizacional en las instituciones de Educación Superior, donde se considera que ocasionalmente se aplican estas actividades, el mismo estuvo integrado por 4 indicadores. El primero asociado al Diagnostico organizacional cuyos resultados determinan que ocasionalmente se hace la aplicación de un diagnostico organizacional en las Universidades de Barranquilla. Estos datos se generaron cuando se le preguntó a la población si en la

institución se evalúa el funcionamiento de los procesos para detectar los problemas, además se requiere la recopilación de datos sobre las operaciones actuales, para promover los cambios. Además referido a la ejecución del diagnóstico incrementa la conciencia de la necesidad del cambio.

El cuanto a la Retroalimentación, con respecto a si el personal docente que labora en la institución está comprometido con los procesos, un 40% considero casi nunca, en cuanto si se involucra con el problema detectado y participa en la creación de su solución, el 38% considero la alternativa casi nunca, el 33% casi siempre, e 20% la opción a veces. Por otra parte, el 68% de los encuestados manifestó que solo a veces se informa al personal el resultado del diagnóstico, el 18% considero que casi siempre, un 8% asumió siempre, además un 5% manifestó que nunca se informa, asimismo el 3% casi nunca.

Seguidamente el indicador acción genera una tendencia hacia la no aplicación, el 60% considero la opción nunca, se desarrollan acciones específicas en la universidad para corregir los problemas, por otro lado se ejecutan diversas actividades para mejorar su funcionamiento. También se les preguntó con respecto a las acciones ejecutadas en la institución están sustentadas en el diagnóstico realizado, a lo cual el 48% consideró que esto se ejecuta a veces, aunado al 23% quienes respondieron siempre, asimismo el 18% casi nunca, indicando que rara vez se ejecutan procesos de acción de Desarrollo Organizacional

En cuanto a la administración del programa, referidos la evaluación de la eficacia de los planes de acción, además las acciones de cambio se determinan por el tipo de problema detectado, por otra si se usan los datos recopilados como puntos de referencia para promover los procesos. El 88% el 85% y el 53% de la población respondió a la opción casi nunca, al respecto las tendencias indican que en las Universidades de Barranquilla no se administra un programa de desarrollo organizacional.

Tabla 2. Técnicas del Desarrollo organizacional

Indicador	Ítems	ALTERNATIVAS DE RESPUESTAS									
		SIEMPRE		CASI SIEMPRE		A VECES		CASI NUNC		NUNCA	
		FA	%	FA	%	FA	%	FA	%	FA	%
Aprendizaje Organizacional	13	33	83%	2	14%	3	8%	2	5%	0	0%
	14	34	85%	1	3%	3	8%	2	5%	0	0%
	15	32	80%	3	8%	4	10%	1	3%	0	0%
Gestión del Conocimiento	16	31	78%	3	8%	3	8%	2	5%	1	3%
	17	35	88%	3	8%	1	3%	1	3%	0	0%
	18	25	63%	6	15%	3	8%	3	8%	3	8%
Construcción de Equipos	19	8	20%	4	10%	4	10%	3	8%	21	53%
	20	33	83%	3	8%	1	3%	2	5%	1	3%
	21	31	78%	3	8%	2	5%	4	10%	0	0%
Socialización	22	12	30%	8	20%	12	30%	8	20%	0	0%
	23	24	60%	6	15%	9	23%	1	2%	0	0%
	24	12	30%	8	20%	9	22%	11	28%	0	0%

Fuente: Parra y Duran (2014)

El segundo objetivo estuvo orientado a describir las técnicas del Desarrollo organizacional en las instituciones de Educación Superior, se encontró que frecuentemente se aplican técnicas de DO. Dado que en el aprendizaje organizacional, su tendencia incluyó una institución orientada a la búsqueda de una mayor eficiencia organizacional, así como si el aprendizaje organizacional proporciona oportunidades para alcanzar soluciones efectivas. Aunado a la capacidad de la institución para adaptarse a los cambios, se orientó a la aplicación de esta técnica en las universidades, sus resultados fueron 83%, 85% y 80% para la alternativa siempre. Estimando que esta se aplica muy frecuentemente.

Con respecto a la gestión del conocimiento, se consideró que en las instituciones se toman en cuenta las necesidades de los individuos poniendo a disposición del docente en forma ordenada, y eficaz gestionar el conocimiento, asimismo gestionar los conocimientos

explicativos de los procesos, además se promueve el mejor funcionamiento de la misma.

Sus respuestas fueron el 78%, 88% y 63% la población para la alternativa Siempre.

Asimismo para la construcción de equipos resalta que se utilizan actividades de grupo para incrementar la confianza entre los miembros del equipo, las cuales suelen incluir la fijación de metas; así como esas actividades se hacen de acuerdo con el propósito del esfuerzo del desarrollo. Sus respuestas fueron para el ítems 19, el 53% en la opción nunca, no obstante los ítems 20 y 21 en la alternativa siempre el 83 y 78%, sus tendencias apuntan a que se promueven en las instituciones de educación superior objeto de estudio los equipos de trabajo.

Por último se orientan los resultados hacia la existencia de un proceso de socialización dado que la mayoría de la población selecciono la opción siempre en virtud de que las instituciones objeto de estudio, les provee de inducción para conocer los valores, normas y conductas requeridas para participar en la organización como miembro de la misma. El 60% asumió que al no estar familiarizados con la cultura organizacional, se podría perturbar las creencias y costumbres que se han desarrollado. Respecto a promover la adaptación de sus miembros a la cultura de la misma, el 30% contestó la opción siempre, el 28% casi nunca, el 22% a veces y el 20% casi siempre.

Tabla 3. Plataforma tecnológica

Indicador	Ítems	ALTERNATIVAS DE RESPUESTAS									
		SIEMPRE		CASI SIEMPRE		A VECES		CASI NUNCA		NUNCA	
		FA	%	FA	%	FA	%	FA	%	FA	%
Portal institucional	25	11	27%	29	73%	0	0%	0	0%	0	0%
	26	0	0%	40	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	27	11	27%	28	70%	0	0%	1	3%	0	0%
Plataforma de educación Virtual	28	2	5%	28	70%	9	23%	0	0%	1	3%
	29	1	3%	20	50%	19	48%	0	0%	0	0%
	30	0	0%	11	27%	29	73%	0	0%	0	0%

Correo institucional	31	20	50%	11	28%	9	23%	0	0%	0	0%
	32	13	33%	18	45%	9	23%	0	0%	0	0%
	33	11	27%	29	73%	0	0%	0	0%	0	0%
Salas de informática	34	30	75%	10	25%	0	0%	0	0%	0	0%
	35	0	0%	30	75%	10	25%	0	0%	0	0%
	36	11	27%	28	70%	1	3%	0	0%	0	0%

Fuente: Parra y Duran (2014)

Con respecto a la plataforma tecnológica empleada en los procesos académicos de las instituciones de educación superior, en primer término se evidencia el indicador portal institucional, el mismo involucro que la universidad cuenta con un Portal Institucional, el mismo se utiliza como recursos educativo, además se requiere contar con redes telemáticas

que la ejecución de las actividades de enseñanza-aprendizaje. Esta tendencia se evidenció en función de que la población consideró la alternativa casi siempre, en el 72% 100% y 70% de las respuestas.

En el mismo orden ideas se analiza el indicador Plataforma de educación Virtual, sus resultados indican que esta se utiliza en forma continua sustentada puesto que la universidad cuenta con una Plataforma de educación virtual, asimismo con recursos educativos en versiones electrónicas, además en la plataforma se le proporciona información a la comunidad universitaria. La población encuestada considero la opción casi siempre para el ítems 28 el 70%, en el 29 e 50% casi siempre y un 48% a veces, además en el ítem 30 el 73 % selecciono a veces así como el 27% casi siempre.

En cuanto al correo institucional el 50% de la población respondió a la alternativa siempre, con respecto a si se involucran si la universidad cuenta con Correo institucional para toda la comunidad académica, un 27% casi siempre, además un 23% a veces. Asimismo se les preguntó si dicho correo es utilizado como medio de divulgación en el quehacer docente, a

ello el 45% contesto casi siempre, un 33% siempre, mientras el 23% a veces. Consecutivamente el ítem 33, considera si este se concibe como un servicio necesario para el proceso educativo, bajo este contexto, el 73% seleccionó la opción casi siempre, mientras el 27% siempre. Estableciendo la frecuencia de uso del correo institucional.

El otro indicador asociado a la dimensión plataforma tecnológica, es sala de informática las respuestas asociadas a los ítem indican la existencia de ella como parte de la plataforma tecnológica en las instituciones de educación superior en Barranquilla, dado que el 75% de la población consideró la opción siempre, mientras un 25% casi siempre. En cuanto a ítem 35 el 75% de la población consideró la opción casi siempre, mientras un 25% a veces, observando que las instituciones objeto de estudio, cuentan con salas de informática que permitan el desarrollo de las actividades académicas e investigativas. En cuanto a ítem 36 el cual involucra si las sala de Informática promueven la relación, de trabajo y de comunicación, el 70% de los sujetos asumió la opción casi siempre, un 27% siempre.

Tabla 4. Métodos de formación

Indicador	Ítems	ALTERNATIVAS DE RESPUESTAS									
		SIEMPRE		CASI SIEMPRE		A VECES		CASI NUNCA		NUNCA	
		FA	%	FA	%	FA	%	FA	%	FA	%
Recursos tecnológicos instruccionales	37	10	25%	21	52%	9	23%	0	0%	0	0%
	38	20	50%	11	27%	9	23%	0	0%	0	0%
	39	0	0%	22	55%	9	23%	9	23%	0	0%
Densidad informática	40	19	48%	21	52%	0	0%	0	0%	0	0%
	41	10	25%	30	75%	0	0%	0	0%	0	0%
	42	9	23%	21	52%	10	25%	0	0%	0	0%
Aprendizaje colaborativo	43	21	52%	19	48%	0	0%	0	0%	0	0%
	44	10	25%	30	75%	0	0%	0	0%	0	0%
	45	10	25%	30	75%	0	0%	0	0%	0	0%
Percepción de habilidad	46	13	32%	27	68%	0	0%	0	0%	0	0%
	47	1	3%	38	94%	1	3%	0	0%	0	0%
	48	10	25%	30	75%	0	0%	0	0%	0	0%

Fuente: Parra y Duran (2014)

Para cumplir con el objetivo número 4 orientado a describir los métodos de formación en las instituciones de Educación Superior, se involucraron cuatro indicadores; el primero denominado Recursos tecnológicos instruccionales, sus resultados fueron para el ítem 37 el 52% la opción casi siempre, 25% casi siempre, además del 23% a veces, afirmando que mediante el acceso a internet los profesores pueden acceder a recursos disponibles en los portales educativos.

Por otra parte, se les pregunto si participan los docentes en programas de capacitación, para el desarrollo de habilidades y destrezas en el uso de la tecnología de información. A ello respondieron el 50% siempre el 27% casi siempre y el 23 % a veces. Además si es una herramienta adecuada para cubrir los requerimientos para la formación permanente en este ámbito las respuestas fueron 54% siempre, 23% para casi siempre y a veces consecutivamente. Con respecto a la densidad informática, se les pregunto a la población si La Institución tiene capacidad de conexión desde su plataforma tecnológica para disminuir las brechas de acceso de la comunidad universitaria, además refiere que la incorporación de las TIC a la educación ha sido un proceso continuo, si las instituciones asumen la responsabilidad ética de reconocer todas las características del medio social en el cual actúan.

A lo planteado anteriormente el 52%, 75% y 52% de la población considero la opción casi siempre, en este sentido en las instituciones objeto de estudio consideran un método de formación es la capacidad de conexión de las universidades.

El indicador Aprendizaje colaborativo, está integrado por tres ítems y sus interrogantes se orientaron, determinar si los métodos de formación le ofrecen la oportunidad de establecer relaciones con diferentes actores del quehacer académico, además la plataforma de

educación virtual permite establecer la participación en foro como una estrategia de aprendizaje, finalmente si se favorece la eficacia en la construcción de conocimiento conjunto. En cuanto a esto se obtuvo para el ítem 43 las tendencias del 52% siempre, a su vez que el 48% casi siempre. Además para el 44 y 45 el 75% de los sujetos seleccionaron la alternativa casi siempre para ambos, reforzando el 25% para la opción siempre.

Por otra parte la Percepción de habilidad se corrobora por el docente administra de manera efectiva el recurso tecnológico para diseñar y mantener el aula virtual de su asignatura, además implementa estrategias pedagógicas innovadoras en el ambiente virtual, por otra parte promueve la capacidad del individuo de desarrollar unos procesos de integración. A ello el 68%, 94% y 75% de la población objeto de estudio contesto casi siempre, en los ítems planteados, en tal sentido puede afirmarse que la percepción de habilidad es un método de formación que promueve el uso de la plataforma tecnológica. Sustentado la frecuencia de este método en las instituciones objeto de estudio.

El quinto objetivo específico de esta investigación fue establecer la relación entre Desarrollo organizacional y tecno formación en instituciones de Educación Superior, asociado al objetivo general. Para ello se aplicó el Coeficiente de Correlación de Pearson.

Los resultados arrojaron una correlación de $-0,060306766$, lo cual muestra que la correlación entre las variables de estudio es negativa media; es decir, el desarrollo Organizacional es bajo, la Tecno formación es alta, es decir x disminuye aumenta y; por ende, bajo el contexto teórico y estadístico asumido para este estudio se concluye que aunque no se aplique un programa de Desarrollo organizacional se produce la tecnoformación en las instituciones de educación superior de barranquilla. Berenson y Levine (2006) manifiestan que la correlación se utiliza para medir la fuerza de asociación entre las variables. El objetivo no es utilizar una variable para predecir la otra, sino medir

la fuerza de la asociación entre las dos variables, esta se simboliza r .

Conclusiones

En cuanto a las actividades del Desarrollo organizacional en las instituciones de Educación Superior, se logró verificar que en las Universidades de Barranquilla tales como la CUC y la UAC pocas veces se hace la aplicación de un diagnóstico organizacional. Por otro lado, se evalúa poco el funcionamiento de los procesos para detectar los problemas, requiriendo la recopilación de datos sobre las operaciones actuales, para promover los cambios. Considerando que con la ejecución del diagnóstico se incrementaría la conciencia de la necesidad del cambio.

En otro aspecto, no se hace Retroalimentación, no se informa al personal el resultado del diagnóstico, por lo cual el personal docente está poco comprometido con los procesos, no involucrándose con el problema detectado. Siguiendo con las actividades no se desarrollan acciones específicas en la universidad para corregir los problemas, pero tampoco para mejorar su funcionamiento, no se ejecutan acciones en la institución sustentadas en el diagnóstico realizado. También se evidenció que en la institución no se evalúa la eficacia de los planes de acción, conjuntamente las acciones de cambio no se determinan por el tipo de problema detectado, tampoco se están usando los datos recopilados como puntos de referencia para promover los procesos. En tal sentido, en las Universidades de Barranquilla no se administra un programa de desarrollo organizacional.

El segundo objetivo fue describir las técnicas del Desarrollo organizacional en las instituciones de Educación Superior, se demostró que una de ellas es el aprendizaje organizacional, se genera la aplicación de esta técnica en las universidades esta técnica proporciona oportunidades para alcanzar soluciones efectivas. Aunado a la capacidad de la

institución para adaptarse a los cambios. Con respecto a la gestión del conocimiento, las instituciones proveen a las necesidades de los individuos en cuanto al conocimiento, poniendo a disposición del docente en forma ordenada, y eficaz, los conocimientos explicativos de los procesos.

Se promueven los equipos de trabajo, utilizando actividades de grupo para incrementar la confianza entre los miembros del equipo, las cuales suelen incluir la fijación de metas; pero además se hacen de acuerdo con el propósito del esfuerzo del desarrollo. Es así como la construcción de equipos se puede aplicar en el interior de grupos o a nivel de relaciones entre grupos cuando las actividades son interdependientes. Dentro de estas perspectivas, en las Universidades privadas de Barranquilla se está fomentando la formación de equipos de trabajo como base para el desarrollo organizacional, dado que este facilita la formación orientada al rendimiento institucional, a su vez se traduce a un mayor desempeño del docente.

Con respecto a la socialización, en las universidades privadas de barranquilla, se promueve un proceso de socialización a partir de la integración del docente con los proyectos educativos, esto permite garantizar la formación continua del docente, lo cual será transportado a los estudiantes así como a la comunidad en general, como parte de la responsabilidad social.

El tercer objetivo, estuvo orientado a describir la plataforma tecnológica empleada en los procesos académicos de las instituciones de educación superior. Se afirma que la utilización combinada de las tecnologías multimedia e Internet hace posible el aprendizaje en prácticamente cualquier escenario (la escuela, la universidad, el hogar, el lugar de trabajo, los espacios de ocio) es así como la transformación de los escenarios educativos tradicionales, la incorporación de las TIC a la educación formal, es a menudo justificada,

reclamada o promovida, según los casos, con el argumento de su potencial contribución a la mejora del aprendizaje y de la calidad de la enseñanza.

En este sentido, las universidades objeto de estudio, cuentan con un Portal Institucional, utilizándolo como recursos educativo, contando con redes telemáticas en la ejecución de las

actividades de enseñanza-aprendizaje. Cabe destacar que en las instituciones de educación superior colombianas el portal educativo proporciona información a la comunidad universitaria así como instrumentos para realizar búsquedas en Internet, suministrando recursos didácticos de todo tipo, gratuitos y utilizables directamente desde Internet (materiales didácticos on-line) o desde los ordenadores.

Por otra parte, la universidad cuenta con una Plataforma de educación virtual, sustentado en el fortalecimiento de las instituciones de educación superior promoviendo los procesos para potenciar las posibilidades docentes, a través de la adopción e implementación transversal de las Tecnologías de la Información y la Comunicación como estrategia institucional. Se pudo ratificar que las universidades objeto de estudio cuentan con Correo institucional para toda la comunidad académica, el mismo es utilizado como medio de divulgación en el quehacer docente, concibiéndolo como un servicio necesario para el proceso educativo. En cuanto a la sala de informática indicando la existencia de ella como parte de la plataforma tecnológica en las instituciones de educación superior en Barranquilla, asimismo cuentan con salas de informática, con sistemas de información que permitan el desarrollo de las actividades académicas e investigativas, por otra parte las sala de Informática promueven la relación, de trabajo y de comunicación.

En cuanto a los métodos de formación en las instituciones de Educación Superior, se concluye que a partir de los recursos tecnológicos instruccionales los profesores pueden acceder a recursos disponibles en los portales educativos, a su vez participan en programas

de capacitación, para el desarrollo de habilidades y destrezas en el uso de la tecnología de información, manifestando que es una herramienta adecuada para cubrir los requerimientos para la formación permanente.

Bajo estas perspectivas, las instituciones de educación superior de Colombia pueden destacarse con éxito, en virtud de sus propias características, involucrando la investigación, promoviendo la enseñanza, además jugando un rol significativo para definir, investigación, los nuevos medios y los nuevos modos para comunicar el saber, utilizando las nuevas tecnologías informáticas

En cuanto al Aprendizaje colaborativo, se afirma que los métodos de formación le ofrecen la oportunidad de establecer relaciones con diferentes actores del quehacer académico, asimismo la plataforma de educación virtual permite establecer la participación en foro como una estrategia de aprendizaje, favoreciendo la eficacia en la construcción de conocimiento conjunto.

Por otra parte en la Percepción de habilidad se confirmó que el docente administra de manera efectiva el recurso tecnológico para diseñar y mantener el aula virtual de su asignatura, además implementa estrategias pedagógicas innovadoras en el ambiente virtual, por otra parte promueve la capacidad del individuo de desarrollar unos procesos de integración.

Finamente el último objetivo, fue establecer la relación entre Desarrollo organizacional y tecno formación en instituciones de Educación Superior, asociado al objetivo general. Los resultados arrojaron una correlación de **-0,060306766** lo cual muestra que la correlación entre las variables de estudio es negativa media; en cuanto el desarrollo Organizacional no se relaciona con la Tecno formación, en este ámbito aunque no se aplique el programa de

Desarrollo organizacional se ejecuta la tecnoformación en las instituciones de educación superior de barranquilla.

Bibliografía

- Amorós Eduardo, Comportamiento organizacional. Universidad católica santo Toribio de Mogrovejo, escuela de economía México (2007).
- Cebrián Manuel, (2003), Tecnologías de información y comunicación para la formación docente: Primera edición Plaza edición. Madrid, España.
- Coll, César; Rochera, María José; Mayordomo, Rosa María y Naranjo, Mila (2007). —Evaluación continuada y apoyo al aprendizaje. Una experiencia de innovación educativa con el apoyo de las TIC en educación superiorl. Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa. Vol. 5, nº 13, págs. 783-804.
- Del Moral, Anselmo; Pazos, Juan; Rodríguez, Esteban; Rodríguez P., Alfonso & Suárez, Sonia (2007). *Gestión del Conocimiento*. España: Thomson Editores, pp. 471, 477
- Del Toro, B. (2006). —La educación a distancia y las tic como apoyo para la enseñanza y el aprendizaje en ciencias de la saludll. Extraído el 10 de julio de 2007 del sitio web de la Universidad Autónoma de Guadalajara: genesis.uag.mx/revistas/escholarum/articulos/cs/el%20medio.cfm.
- Dolan, Simón L.; Valle C., Ramón; Jackson, Susan E. & Schuler, Randall S. (2007) *La Gestión de los Recursos Humanos: Como atraer, retener y desarrollar con éxito el capital humano en tiempos de transformación*. 3ra edición, Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A...
- Duran Sonia Ethel. (2010). *Diversidad Cultural y Socialización Organizacional del personal administrativo de las universidades privadas del municipio Maracaibo*. Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín. Doctorado. En Ciencias Gerenciales. Maracaibo. Venezuela.
- French Wendel y Cecil Bell (2011) *Desarrollo organizacional transformación y administración efectiva del cambio*. Editorial Pearson. Bogotá Colombia.
- Giner de la fuente Fernando. (2004), *los sistemas de información en la sociedad del conocimiento*, Esic editorial España.
- Goñi, Zabala Juan. (2008). *Talento tecnología y tiempo*, Editorial Díaz de Santos, ISBN **9788479788469**. España.
- Guízar, Rafael* (2011) *Desarrollo Organizacional Principios y Aplicaciones*. Editorial Mc Graw Hill. México séptima edición.
- Herriegel Don, Slocum Jonh, (2009). *Comportamiento Organizacional*, Décima Edición. Editorial THOMPSON. Año México. 460 pág.

- Katz Raúl, (2009), El papel de las TIC en el desarrollo, propuesta de América Latina a los retos económicos actuales, cuaderno 19, Editorial Ariel, fundación telefónica. Madrid España.
- Lara, Pablo y Duart, Josep María (2005). -Gestión de contenidos en el e-learning: acceso y uso de objetos de información como recurso estratégico. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento. Vol. 2, nº 2, <http://www.uoc.edu/rusc/2/2/dt/esp/lara.pdf>.
- Parra Fernández, Margel Alejandra. (2010) Desarrollo organizacional para la tecnoformación, de acuerdo a necesidades de capacitación en complejidad de docentes universitarios de ciencias económicas y administrativas. CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA –CUC- Barranquilla, 2010
- Robbins, Stephen (2009). Fundamentos del Comportamiento Organizacional. Editorial Pearson México. Décima tercera Edición.
- Román, Wilmer; De Pelekais, Cira; Pelekais, Elmar, (2009), Innovación en el proceso organizacional -clave del éxito gerencial- Revista COEPTUM Volumen 1 - Número 1 - octubre 2009
- Sunkel Guillermo. (2008) Las tecnologías de la información y la comunicación (tic) en la educación en América Latina, una exploración de indicadores. División de Desarrollo Social CEPAL
- Torres Pablo, Villafan Jaqueline Álvarez María, Planeación estratégica y desarrollo organizacional en instituciones educativas: el estudio de un caso universitario en México. Revista Iberoamericana de Educación ISSN: 1681-5653 n.º 47/2 – 10 de octubre de 2008 EDITA: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) Universidad Nacional Autónoma de México.
- Urkola Carrera, Leire. (2006) Análisis del perfil formativo en tecnologías de la información y comunicación del alumnado universitario y su adecuación a las necesidades empresariales en el ámbito de la CAPV. Tesis doctoral. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco EuskaraHerido Unibertsitateko Argitalpen Zerbitzua ISBN: 978-84-8373-950-1

**El impacto de la satisfacción laboral en el comportamiento organizacional: caso hospital de Pachuca, Hidalgo.
Un primer acercamiento.**

María Dolores Martínez García

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Instituto de Ciencias Económico Administrativas.

E-mail: mdmartinezg@hotmail.com

María Isabel Rivera López

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Instituto de Ciencias Económico Administrativas.

E-mail: risa2519@hotmail.com

Resumen

Las instituciones de Salud, están precisadas a formular nuevas estrategias de cambio que respondan a las exigencias que se derivan del contexto local, nacional e internacional. Todo ello es posible al lograr una satisfacción laboral en sus miembros que favorezcan los cambios requeridos. Por tanto, esta investigación se dirige a identificar los factores que influyen en el comportamiento organizacional y actitudes del personal del área médica del hospital de Pachuca, Hidalgo para determinar cuáles son las que requieren mayor atención y mejorar el estado de satisfacción laboral en el contexto hospitalario. La finalidad es desarrollar un trabajo que proporcione a los directivos una información importante para motivar y comprometer a sus miembros al buen desempeño de sus actividades, todo esto encaminado hacia una mayor satisfacción laboral y al perfeccionamiento de la institución.

Palabras claves: satisfacción laboral, comportamiento organizacional, desempeño.

Abstract

The institutions of Health are required to formulate new strategies for change that show the requirements from the local, national and international context. This is possible because the members are satisfied in their jobs with the required changes. Therefore, this research is directed to identify the factors that influence in the organizational behavior and attitudes of the medical staff of the hospital of Pachuca, Hidalgo to show what are the areas that required more attention to improve the job satisfaction in the hospital context. The purpose is to develop the work that shows to the managers the important information to motivate and compromise the members in the good performance of their activities, all of that to achieve the job satisfaction and the improvement of the institution.

Keywords: job satisfaction, organizational behavior.

Introducción

Actualmente aspectos como calidad de vida y satisfacción laboral son muy importantes, dada la coexistencia por pasar gran parte de nuestra vida desempeñando actividades dentro de la organización, en consecuencia resulta de interés estudiar la opinión que tienen los trabajadores con respecto al grado de satisfacción dentro de su campo de trabajo, de manera particular la presente investigación tiene como objetivo analizar cuáles son los factores que influyen en la satisfacción laboral del personal médico del Hospital de Pachuca, Hidalgo, mediante la aplicación de un instrumento validado y el análisis de los resultados obtenidos. Cabe mencionar que la fase que se abordará hasta el momento incluye un primer acercamiento, análisis estadístico descriptivo de los resultados obtenidos los cuales fueron concentrados en una base de datos mediante el uso del software SPSS para realizar el tratamiento estadístico de los mismos y con la interpretación de los resultados obtenidos se

realizará una propuesta de mejora en el Comportamiento Organizacional del Hospital objeto de estudio.

Marco Teórico

Los individuos que conforman una institución actúan con comportamiento determinado. En dicha actividad influye tanto el entorno físico de la persona como el propio ambiente social que le rodea (Rodríguez, 1996). Éste ambiente es cambiante e influye en la elección de tener una actitud de cooperación o de resistencia hacia la autoridad.

El comportamiento organizacional es el estudio de lo que la gente hace en una organización y la forma en que afecta el desempeño de la misma, de igual manera se ocupa específicamente de situaciones relacionadas con el empleo. El comportamiento se determina por querer alcanzar un objetivo, cada persona tiene varios motivos, el mayor es el que conduce a determinada acción. Este se interesa particularmente en las situaciones que atañen al empleo, no es de sorprender que se destaque el comportamiento en lo que se refiere al trabajo, puestos, ausentismo, rotación productividad, desempeño humano y administración (Robbins, 1999).

En la eficacia de cualquier organización influye enormemente el comportamiento humano, la fuerza de trabajo de hoy, no se ve, no piensa ni actúa como la fuerza laboral del pasado, los administradores deben ver a cada empleado como una personificación única de todos los factores del comportamiento.¹⁵ Por lo tanto el comportamiento organizacional investiga el impacto que los individuos, el grupo y la estructura tienen en la forma de actuar, pensar y

¹⁵ No sería adecuado que los encargados de la administración hablen acerca del comportamiento de sus empleados sin entender las causas.

decidir de los propios participantes, con el propósito de aplicar tal conocimiento para mejorar la eficacia de las organizaciones (Robbins, 1999).

Analizaremos algunas contribuciones y la evolución del comportamiento organizacional

Para Claude y Álvarez (2005) el cambio del comportamiento organizacional, se va dando con las siguientes contribuciones:

1. *La escuela del comportamiento*. Surgió en 1879 de los esfuerzos de líderes tales como Gantt y Munsterberg para reconocer la central importancia del individuo en cualquier esfuerzo cooperativo. Su razonamiento está centrado en: —El estudio de la administración debería concentrarse en los trabajadores y sus relaciones interpersonales. Los estudiosos del comportamiento se concentran en las motivaciones, dinámica de grupos, motivos individuales, relaciones de grupos, etc.

El elemento humano, se analiza por una parte en relación a la comprensión de los fenómenos relevantes en las relaciones interpersonales en cuanto a la situación de trabajo, y por otra parte, en observar los grupos de trabajo como subculturas antropológicas.

2. *Gantt*, fue contemporáneo de Inglaterra, sus conceptos en costos organizacionales y su plan de bonificaciones lo podrían ubicar fácilmente con los tradicionalistas. Henry L. Gantt demostró un interés casi emotivo por el trabajador como individuo y abogó por un enfoque humanitario. En 1908 presentó una conferencia ante la sociedad Americana de Ingenieros Mecánicos en la cual pedía una política de enseñanza e instrucción para los trabajadores, en lugar de la acostumbrada dirección

autocrática, el capataz debe enseñar a los trabajadores a ser laboriosos y de cooperación, a su vez, facilitar la adquisición de todos los demás conocimientos.

Diseñó ayudas gráficas para la gestión con barras horizontales al plan de trabajo y control. Hace estudios científicos de las tareas, los movimientos, las condiciones de trabajo, y la cooperación de los trabajadores.¹⁶

3. *Münsterberg*. Fue uno de los pioneros, en introducir la psicología en Norteamérica. En 1913 siendo profesor en la Universidad de Harvard publicó su libro —Psicología y Eficiencia Industrial— en el que abogó por una mayor participación de la ciencia en la administración, que incluía las teorías relacionadas directamente con la gestión científica de Taylor. El libro contiene tres partes.

Primero, el "mejor hombre posible", fue un estudio de los trabajos realizados en la demanda de la gente, y la importancia de encontrar personas cuyas capacidades mentales les hizo bien adaptadas para el trabajo.

La segunda parte, el "mejor trabajo posible", describe las condiciones psicológicas en las que podría ser la mayor producción obtenida de cada trabajador.

La tercera parte, "el mejor efecto posible", examinó la necesidad de crear las influencias en las necesidades humanas que son convenientes para los intereses de

³ Gantt establece que el elemento humano es el más importante de todos los problemas administrativos. Por lo que desarrollo un sistema en el que los trabajadores podrían ganar un premio, siendo sus conceptos el humanismo y la bonificación por tarea.

los negocios. Sus propuestas se basaron en su propia evidencia de estudios con los operadores de telefonía, los conductores de carro, y los oficiales navales.

4. *Follett*, trabajadora social americana, contribuye en 1918 a la escuela del comportamiento, Mary Parker Follett¹⁷ se formó en filosofía y ciencias políticas, se interesó en la orientación profesional y el emergente campo de la psicología social. Ella tenía una reputación internacional como un filósofo político, en 1924 publicó su libro *la experiencia creativa*, fue muy leído por los hombres de negocios del día. Toda su vida estuvo dedicada al desarrollo de una nueva filosofía administrativa que incorporara una comprensión de las motivaciones del individuo y del grupo. Enfatizaba que un hombre en su trabajo era motivado por las mismas fuerzas que influían sobre su tarea y diversiones fuera del trabajo, y que el deber del administrador era armonizar y coordinar los esfuerzos del grupo, no forzar y manejar. Reconocía la necesidad de que el administrador comprendiera los principios del concepto de grupo.

Follett creía que la principal tarea de liderazgo era definir el propósito de la organización e integrar ese propósito con fines individuales y de grupo. En otras palabras, pensó que las organizaciones se basan en una ética de grupo más que el individualismo. Por lo tanto, los gerentes y los empleados deben verse como socios en vez de adversarios.

¹⁷ Fue consultor de gestión y pionero en los campos de la teoría de la organización y comportamiento organizacional

5. *Oliver Sheldon*, en 1923 escribió el libro —Filosofía de la administración‖, enfatiza sobre la ética y el deber de los seres humanos.

Estableció un conjunto de funciones y principios administrativos, constituyendo que los gerentes deben aportar gran énfasis en la responsabilidad administrativa; tener visión de la industria, como un grupo de hombres, y sus esfuerzos por sintetizar la administración científica, con la ética social, lo podrían situar dentro de la escuela del comportamiento. Predicó el énfasis subsecuente en el comportamiento humano a través de su concepto —el hombre es primero‖. Por lo que aclaro que la mecánica de la producción era secundaria al elemento humano y que la industria existe para proveer los bienes y servicios necesarios para una mejor vida de la comunidad.

6. *George Elton Mayo*, en Estados Unidos, es mejor conocido como el padre de los experimentos de Hawthorne y como un firme abogado de la escuela del comportamiento. En 1926 trabajando en el Departamento de Investigaciones Industriales de Harvard, dirigió el equipo que efectuó el estudio en la planta Western Electric para evaluar las actitudes y reacciones psicológicas de los empleados en situaciones de trabajo. Como resultado de estos estudios, George Elton Mayo propuso el concepto de que los trabajadores constituyen su propia cultura y desarrolló una serie de ideas sobre conceptos sociológicos del esfuerzo de grupo.

A través de su obra se agregó una nueva dimensión a los entonces existentes conceptos administrativos; para ser eficiente el administrador debe reconocer y comprender al trabajador individual como una persona con deseos, motivos,

instintos y objetivos personales que necesita ser satisfechos, logrando que la actuación del trabajador esté relacionada con factores tanto físicos como psicológicos y sociológicos; los empleados desarrollan sus propias normas o estándares de producción; el status, las satisfacciones sociales y otros factores similares afectan la satisfacción que el empleado recibe de su puesto y por tanto a la producción; y los grupos informales de trabajo desarrollan sus propios conceptos con respecto a lo que debe hacerse por la empresa.

7. *Chester I. Barnard*, en 1938, publicó su obra —las funciones del ejecutivo— veía la organización como un sistema de actividades conscientemente coordinadas necesarias para que el individuo pueda superar sus limitaciones biológicas, físicas y sociales.

Modelos del Comportamiento Organizacional.

Davis y Newstrom (2003) clasifican en cinco rubros los modelos de comportamiento organizacional estos constituyen el sistema de creencias que predomina en los pensamientos de los administradores y afecta sus acciones en cada organización.

Como los gerentes tienden a actuar según piensan, el modelo subyacente que prevalece en la administración determina el ambiente de esa empresa.

Esa es la importancia de los modelos de Comportamiento organizacional. Los modelos no solo pueden variar de una empresa a otra, también pueden variar dentro de los departamentos de la misma.

El Cuadro 1; **Error! No se encuentra el origen de la referencia.** muestra los modelos de comportamiento organizacional *Davis y Newstrom (2003)*:

Cuadro 1. Modelos del comportamiento organizacional

MODELOS	AUTOCRÁTICO	DE CUSTODIA	DE APOYO	COLEGIADO	SISTÉMICO
Depende de :	Poder	Recursos económicos	Liderazgo	Sociedad	Confianza Comunidad
Orientación gerencial:	Autoridad	Dinero	Apoyo	Trabajo en equipo	Preocupación Comprensión
Orientación del empleado:	Obediencia	Seguridad	Desempeño en el trabajo	Responsabilidad	Propiedad Psicológica
Resultado Psicológico:	Dependencia del jefe	Dependencia de la organización	Participación	Autodisciplina	Automatización
Necesidades del empleado:	Subsistencia	Mantenimiento y seguridad	Autoestima y reconocimiento	Autorrealización	Una Amplia gama
Resultado del desempeño:	Mínimo	Cooperación pasiva	Reconocimiento de la motivación	Entusiasmo moderado	Pasión y compromiso por los objetivos de la Organización

Fuente: Comportamiento humano en el trabajo de Davis y Newstrom (2003).

Satisfacción Laboral

En la actualidad no existe una definición unánimemente aceptada sobre el concepto de satisfacción laboral. En muchas ocasiones cada autor elabora su propia definición, para algunos autores la satisfacción laboral hace referencia a un estado emocional y sentimientos; para otros va más allá de las emociones y es descrito como una actitud generalizada ante el trabajo. Así Robbins (2004) la define como *“la actitud general hacia el trabajo que uno realiza; es la diferencia entre la remuneración que recibe el trabajador y lo que cree que debe recibir”*.

Davis y Newstrom (1999) en su libro *Comportamiento Humano en el Trabajo*, dice la satisfacción en el trabajo es *“un conjunto de sentimientos y emociones favorables con que los empleados ven su trabajo”*. Se trata de una actitud afectiva, un sentimiento de agrado o desagrado relativo hacia algo.

En otras investigaciones referentes al mismo tema se cuenta con las siguientes aportaciones:

García, Lujan y Martínez (2007) desarrollan un estudio con el objetivo de identificar el nivel de satisfacción laboral del personal de salud en una unidad médica de segundo nivel. En esta investigación se considera a Locke (1976) quien designo tres grandes escuelas del pensamiento o movimientos de investigación de factores de la satisfacción en el trabajo, así como las contribuciones de Lewin, Maslow y Herzberg acerca de una comprensión más humanista de la realidad organizacional. Herzberg afirma que la motivación de las personas, depende de factores motivacionales. Por lo tanto García, Lujan y Martínez (2007) para medir la satisfacción del personal se basan en la teoría motivacional de Herzberg, que consiste en un estudio transversal con una plantilla de 866 trabajadores, y una muestra de 277 personas; se aplicó un cuestionario de 23 reactivos con escala tipo

likert. Los resultados destacan que los trabajadores de salud se encuentran algo y bastante satisfechos concluyen reforzar la formación de valores intrínsecos como es la autoestima, respeto, confianza e identidad.

Por su parte Ramis, C. Manassero, A. Ferrer, V. García, E. (2007) realizaron una investigación con el objetivo de saber cuáles son las variables que intervienen en la motivación, en la percepción de autoeficacia y en la satisfacción laboral de los trabajadores con diferentes puestos. Se obtiene como resultado si el supervisor realiza bien sus funciones se obtendrán menos faltas y menos rotación de personal.

Benedito, Bonavia, y Llinares (2008) realizaron un estudio con el objetivo de analizar cómo se relacionan el sistema de valores con la satisfacción laboral considerada esta como una actitud hacia el trabajo y los valores culturales. Para hacer esta investigación los autores consideraron la referencia de Locke (1976), en la que destaca la importancia de los valores del individuo, de sus necesidades, de sus percepciones y de sus juicios. El resultado de esta investigación es que entre más valores y mayor edad del trabajador mayor satisfacción laboral.

Velázquez (2010) hace un estudio para conocer cómo influyen las condiciones de trabajo en la conducta de los trabajadores, con el objetivo de determinar las principales causas que dan lugar a las conductas desviadas en los centros laborales, además de conocer cómo se comportan los indicadores como: ausentismo, puntualidad, fluctuación laboral, estimulación y como éstos influyen en el comportamiento del trabajador. Los autores llegan a la conclusión de que las principales causas de la impuntualidad y ausentismo son: malas condiciones de trabajo, mala selección de personal, mala organización del trabajo y lo que más causa insatisfacción en los trabajadores es el salario, la supervisión y los estímulos.

Objetivo general

Analizar cuáles son los factores que influyen en la satisfacción laboral del personal médico del hospital de Pachuca, Hidalgo. Por medio de la aplicación de una encuesta y el análisis de la información obtenida, con el propósito de generar una propuesta para fortalecer el comportamiento organizacional.

Planteamiento del problema

La presente investigación se desarrolla en el hospital de Pachuca Hidalgo, su problemática central identifica la inconformidad del personal médico de la institución referida por falta de relación laboral y reconocimiento de los superiores para comunicarse y expresar las cosas que les interesa, por tener la necesidad de sentirse importantes y empáticos con la organización.

En este tipo de instituciones se confía que proporcionen un servicio de calidad, sin embargo, surgen situaciones de insatisfacción, ineficiencia, improductividad y desmotivación que no han permitido un buen desarrollo. Así mismo las aptitudes y las habilidades no son lo único importante de los recursos humanos, se debe conocer las características del personal; lo que les motiva, satisface, y alienta a realizar un mejor desempeño dentro de la organización y contar con personal satisfecho, que sea más productivo, generando un servicio competitivo y de mayor calidad.

Para ello en el hospital de Pachuca, se requiere personal competente y satisfecho, para cubrir las necesidades que demanda la comunidad, generando un mejor rendimiento.

Por otra parte se asume el problema administrativo básico acerca de como normar el comportamiento organizacional en el trabajo para obtener las metas de la organización.

Se establece el comportamiento organizacional, como una variable que afecta todos los niveles de una organización y cuya investigación es objeto del presente trabajo.

Metodología

Diseño de la Investigación

El trabajo de investigación se aborda mediante una metodología mixta se aplica la técnica documental y de campo. La Investigación es cuantitativa, dado que es un conteo de lo estudiado, recolectando datos a través de las variables. Estudio Transversal por ser un investigación que se hace una única vez en un momento dado, descriptivo y correlacional por tener un grado de correlación entre dos o mas variables, lo que permite ver como se comporta una por medio de los cambios en las otras, las tecnicas que se utilizan son la observación y la técnica de cuestionarios para recolectar la información. La población es de 125 medicos eliminando los cuestionarios que no fueron devueltos así como los que estan incompletos, por lo tanto la muestra final fue de 81 medicos.

Instrumento de recolección de datos.

El cuestionario de satisfacción laboral esta compuesto de 23 items, con escala tipo liker, fue validado por García, Lujan y Martínez, 2007. Este mismo instrumento en su momento fue aplicado al personal de salud adscrito al personal del IMSS en Tepic Nayarit, México, con una muestra conformada por 277 personas del área medica, servicios generales y de

apoyo. Las alternativas de respuesta son: algo, bastante y muy satisfecho; algo, bastante y muy insatisfecho e indiferente.

A las alternativas de respuesta se les asigna un número para convertir la variable cualitativa en variable cuantitativa como se muestra en el Cuadro 2.

Cuadro 2. Alternativa de respuesta numerada para su clasificación

NUMERO ASIGNADO	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA
1	Algo Insatisfecho
2	Bastante Insatisfecho
3	Muy Insatisfecho
4	Indiferente
5	Algo Satisfecho
6	Bastante Satisfecho
7	Muy Satisfecho

Fuente: Elaboración propia en base al instrumento de evaluación.

Las variables involucradas en el estudio son la dependiente satisfacción laboral y las independientes son, edad, escolaridad, estado civil, sexo, turno, antigüedad en la institución, antigüedad en el puesto, sueldo, infraestructura y relación con los superiores.

Preguntas de investigación

¿Existen factores intrínsecos (relación positiva con los superiores) y extrínsecos (el salario) que influyan en la satisfacción del personal del área médica del hospital de Pachuca, Hidalgo?

¿En qué turno laboral existe mayor nivel de satisfacción en el personal del área médica del hospital de Pachuca, Hidalgo?

¿Cuál es la satisfacción del personal del área médica del hospital de Pachuca, Hidalgo con respecto al sueldo?

¿Cuál es la relación de la dirección de la institución con el personal del área médica del hospital de Pachuca, Hidalgo?

¿Es significativo el impacto de los factores; relación con los superiores, infraestructura, crecimiento personal y económico en el nivel de satisfacción del personal del área médica del hospital de Pachuca, Hidalgo?

Hipótesis

H₁: Existe una relación estadísticamente significativa entre las variables demográficas edad, estado civil, sexo, turno y antigüedad en el puesto, del personal del área médica del hospital de Pachuca, Hidalgo y el índice de satisfacción laboral.

H₂: Existe una relación estadísticamente significativa entre el salario que percibe el personal del área médica del hospital de Pachuca, Hidalgo y el índice de satisfacción laboral.

H₃: Existe una relación estadísticamente significativa entre el índice de satisfacción laboral del personal del área médica del hospital de Pachuca, Hidalgo y la relación con sus superiores.

H4: Existe una relación estadísticamente significativa entre la infraestructura (limpieza, higiene y salubridad, entorno físico, iluminación, ventilación y temperatura) del hospital de Pachuca, Hidalgo y el índice de satisfacción del personal del área médica.

Resultados preliminares.

Derivado del instrumento que se aplicó el cual está conformado por un apartado de características sociodemográficas, otro de características laborales y un último apartado con una lista de características relacionadas con su puesto en la empresa, para evaluar lo que habitualmente en el trabajo y los distintos aspectos del mismo producen satisfacción o insatisfacción en algún grado.

Los resultados que se obtuvieron para los dos primeros apartados, características sociodemográficas y características laborales se muestran en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Características sociodemográficas y Laborales	
Sociodemográficas	
Edad	30-39 años 37 % 40-49 años 38% 50-59 años 25%
Estado civil	Solteros 20% Casados 67 % Viudo 1% Divorciado 5% Unión libre 7%

Sexo	Masculino 60 % Femeninio 40%
Laborales	
Turno	Matutino 47% Vespertino 23% Nocturno 15% Guardia especial 15%
Antigüedad en el Puesto	Menos de 1 año 6 % De 1 a 10 años 51 % De 11 a 20 años 32 % Más de 21 años 11%

Fuente: Elaboración propia, con base en los resultados obtenidos con el instrumento de evaluación.

En un primer acercamiento al análisis de los datos obtenidos en el apartado de las características de su trabajo referentes a la satisfacción o insatisfacción laboral del mismo, este se realizó separando los resultados de acuerdo al sexo, el concentrado se muestra en el Cuadro 4

Cuadro 4. Resultados descriptivos de satisfacción clasificados por sexo

Variables	Porcentaje en número de personas					
	Sexo masculino (49 médicos)			Sexo femenino (32 médicos)		
	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Algo satisfecho
Satisfacción que le produce tener un trabajo	67.34%	22.44%	2.04%	78.12%	18.75%	3.12%

Oportunidades que le ofrece su trabajo de realizar las cosas en que destaca	42.85%	42.85%	6.12%	28.12%	50.00%	15.62%
Oportunidades que le ofrece su trabajo de hacer las cosas que le gustan	48.97%	36.73%	8.16%	40.62%	37.50%	15.62%
El salario que usted recibe	2.04%	24.48%	44.89%	3.12%	28.12%	43.75%
Apoyo en los objetivos, metas y tasas de producción que debe alcanzar	10.20%	38.77%	34.69%	6.25%	31.25%	37.50%
Limpieza, higiene y salubridad de su trabajo	26.53%	48.23%	12.24%	21.87%	37.50%	28.12%
El entorno físico y el espacio de que dispone en su lugar de trabajo	26.53%	44.89%	8.16%	31.25%	31.25%	25.00%
La iluminación de su lugar de trabajo	36.73%	40.81%	10.20%	25.00%	40.62%	25.00%
La ventilación de su lugar de trabajo	8.16%	30.61%	22.44%	6.25%	15.62%	25.00%
La temperatura de su lugar de trabajo	12.24%	22.44%	22.44%	3.12%	25.00%	21.87%
Las oportunidades de formación que le ofrece la empresa	8.16%	24.48%	36.63%	9.37%	25.00%	40.62%
Las oportunidades de promoción que tiene	12.24%	20.40%	36.73%	9.37%	15.62%	40.62%

Las relaciones personales con sus superiores	40.81%	40.81%	14.28%	15.62%	34.37%	25.00%
La supervisión que ejercen sobre usted	14.28%	51.02%	16.32%	9.37%	31.25%	34.37%
La proximidad y frecuencia con que es supervisado	10.20%	40.18%	24.48%	12.50%	28.12%	40.62%
La forma en la que sus supervisores juzgan su tarea	10.20%	42.85%	26.53%	9.37%	28.12%	28.12%
La igualdad y justicia de trato que recibe de su empresa	22.44%	38.77%	24.48%	9.37%	15.62%	31.25%
El apoyo que recibe de sus superiores	28.57%	34.69%	18.36%	12.50%	28.87%	28.12%
La capacidad para decidir autónomamente aspectos relativos a su trabajo	38.67%	36.73%	14.28%	12.50%	37.50%	28.12%
Su participación en las decisiones de su departamento o sección.	32.65%	40.81%	12.24%	15.62%	34.37%	34.37%
Su participación en las decisiones de su grupo de trabajo relativo a la empresa	20.40%	32.65%	32.65%	9.37%	40.62%	28.12%
El grado en que su empresa cumple el convenio y leyes laborales	20.405	32.65%	28.57%	9.37%	18.75%	28.12%

La forma en que se da la negociación en su empresa sobre aspectos laborales	12.24%	36.73%	28.57%	6.25%	18.75%	28.12%
---	--------	--------	--------	-------	--------	--------

Fuente: Elaboración propia, con base en los resultados arrojados por el instrumento de evaluación

Los resultados concentrados en el Cuadro 4 indican el porcentaje correspondiente a las respuesta que proporcionan los médicos entrevistados en cada uno de los items que conforman el instrumento que se aplico; con respecto a la satisfacción que les produce tener un trabajo, el 67% del sexo masculino contesto —muy satisfecho y el 78% del sexo femenino marco tambien —muy satisfecho; a la afirmación o oportunidades que le ofrece su trabajo de realizar las cosas en que destaca, el sexo femenino obtuvo el porcentaje más alto 50% en la respuesta —bastante satisfecho; sin embargo en la afirmación o oportunidades que le ofrece su trabajo de hacer las cosas que le gustan, el porcentaje más alto lo obtuvo el sexo masculino con 48.97%; cuando a los médicos se les pregunta acerca del apoyo en los objetivos, metas y tasas de producción que debe alcanzar, observamos que los porcentajes en las respuestas son muy diferentes el 38.77% del sexo masculino contesto —bastante satisfecho, mientras que el 37.5% del sexo femenino contesto —algo satisfecho; en cuanto a su participación en las decisiones de su departamento o sección el 40.81% del sexo masculino contesto —bastante satisfecho y el 34.37% del sexo femenino contesto —algo satisfecho; son algunos de los resultados que podemos apreciar dentro de la tabla.

De manera general se observa que el personal de sexo masculino es quien persibe mayor satisfacción laboral dentro del Hospital de Pachuca, Hgo., respecto a las variables estudiadas. Sin embargo con relación al salario y las oportunidades de promoción se obtienen respuesta de algo satisfecho para ambos sexos.

Conclusiones.

Teniendo en cuenta que los resultados son preliminares y abarcan unicamente el estudio descriptivo el cual se integrará en el proyecto final, es importante resaltar que en una segunda etapa se analizarán las técnicas estadísticas adecuadas para realizar el contraste de las hipótesis planteadas.

Con respecto a los datos sociodemograficos y laborales el 38% del personal entrevistado tiene entre 40-49 años de edad mientras que el 37 % se encuentra en un rango de edad de 30-39 años; con respecto al estado civil de los médicos entrevistados el 67 % esta casado, el 60 % de los medicos es sexo masculino y el 40 % es sexo femenino, en lo referente al turno de trabajo el 47% de los médicos labora en el turno matutino y el 23 % en el turno vespertino, la antigüedad de los medicos es de 1 a 10 años, 51 % y de 11 a 20 años, 32 %.

En relación a los resultados de opinión de la satisfacción laboral que los medicos entrevistados respondieron a cada una de las preguntas observamos cierta discrepancia en cuanto a sus respuestas cuando se analizan de acuerdo al sexo del entrevistado, cabe resaltar que mientras los medicos del sexo masculino perciben cierta satisfacción con algunos rubros el sexo fememnino no coincide con esta misma opinión, por ejemplo se determina que el personal de sexo masculino es quien persibe mayor satisfacción laboral dentro del Hospital de Pachuca, Hgo., respecto a las variables estudiadas. Sin embargo con relación al salario y las oportunidades de promoción se obtienen respuesta de algo satisfecho para ambos sexos.

Se puede concluir que de acuerdo al comportamiento humano en la organización, como individuo y como parte de un grupo este actúa de diversas maneras ante las diversas situaciones.

Uno de los aspectos a cuidar en esta época es el relacionado con el ambiente laboral por lo que es necesario darse cuenta de la necesidad de realizar diagnósticos para conocer los satisfactores que logran atraer y retener a las personas en una organización.

El reto para las personas que están al frente de las empresas es contribuir para que los trabajadores logren mejores resultados y tengan mejor satisfacción con las actividades que realizan. Un manejo inadecuado de los recursos humanos puede ocasionar grandes problemas, uno de los más importantes es la pérdida del capital humano.

Bibliografía

Benedito, M.; Bonavía, T. y Llinares, L. (2008): *Relación entre las prioridades de valor y la satisfacción laboral*. Revista Colombiana de Psicología, Consultada el 23 de Marzo del 2011.

Claude, S y Álvarez, M. (2005): *Historia del pensamiento administrativo. Segunda ed.* México: Pearson Prentice Hall.

Davis, K. y Newstrom, J. (2003): *Comportamiento humano en el trabajo. undécima ed.* México: McGraw Hill.

Davis, K. y Newstrom, J. (1999): *Comportamiento humano en el trabajo. décima ed.* México: McGraw Hill.

García, M.; Lujan, M. y Martínez, M. (2007): *Satisfacción laboral del personal de salud*. Consulta: Febrero de 2012, disponible: <http://www.medigraphic.com/pdfs/enfermeriaimss/eim-2007/eim072b.pdf>.

Locke, E. (1976): The nature and causes of job satisfaction. Handbook of industrial and organizacional Psychology. M.D. Dunnette, ed. Chicago:Rand McNally.

Merino, M. y Diaz, A. (2008): Nivel de satisfacción laboral en las empresas públicas y privadas. *una revista científica* , Consulta Marzo 2012, disponible:<http://www.uss.pe/hatunruna/Doc/8.pdf>.

Nava, A. (2009): *Elementos a considerar en la motivación de personal en las bibliotecas*.

Consultado en <http://creativemonos.org/lecences/by-nc-sa/3.0/deed.es> MX. En Abril, 2013.

Programa Institucional Del Consejo Estatal De Salud De Hidalgo 2011-2016, Consultada en intranet.ehidalgo.gob.mx/siieh/programas%20Sectoriales/files/programa_institucional_consejo_estatal_de_salud.pdf consultado en marzo 2013.

Robbins, S. (1999): *Comportamiento organizacional. Octava ed.* México: Prentice Hall Pearson.

Robbins, S. (2004): *Comportamiento organizacional. Décima ed.* México: Prentice Hall Pearson.

Rodríguez, J. (1996): *Como Administrar Pequeñas y Medianas Empresas, Cuarta ed.* México: International Thomson editores.

Ramis, C.; Manassero A.; Ferrer, V. y García, E. (2007): *Influencia de las habilidades comunicativas de la dirección sobre la motivación, la autoeficacia y la satisfacción de sus equipos de trabajo.* Consulta: agosto del 2012, disponible: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=231317597001>

Velazquez, Y. (2010): *Influencia de las condiciones de trabajo en la conducta de los trabajadores del hospital pediátrico provincial —Mártirez de las Tunas* extraído de <http://www.eumed.net/rev/cccss/08/yvf.htm> , el 24 de Mayo del 2012

Diferencias sociodemográficas en la percepción de la cultura organizacional

Jessica Mendoza Moheno

Profesor-Investigador

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Instituto de Ciencias Económico Administrativas

Martín Aubert Hernández Calzada

Profesor-Investigador

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Instituto de Ciencias Económico Administrativas

*Libramiento a La Concepción, km. 2.5,
San Juan Tilcuautla, Municipio de San Agustín
Tlaxiaca, Hidalgo; c.p. 42160
México
Teléfono 01 (771) 717-2000 exts. 4141/4142*

Resumen

La cultura organizacional sigue siendo un tema de actualidad y ha cobrado interés en la investigación, debido a los beneficios que ha demostrado tener en las organizaciones. La presente ponencia expone las diferencias percibidas por los miembros de una universidad en relación a la cultura organizacional. La investigación tiene un carácter descriptivo y exploratorio y se tomaron en cuenta la misión y visión, la calidad, la formación, la identificación y la comunicación. Los resultados muestran diferencias significativas en la percepción de la cultura organizacional en las variables sociodemográficas de edad, nivel de estudios, antigüedad, experiencia y género.

Palabras clave: Cultura organizacional, variables sociodemográficas, universidad

Introducción

Las organizaciones están formadas por individuos que se interrelacionan y comparten, además del tiempo y el espacio, ideas, creencias y valores. Al compartir este conjunto de elementos, se forma lo que llamamos cultura organizacional.

La cultura organizacional representa hoy un objeto de estudio atractivo para los investigadores de todo el mundo, debido a que cualquier organización está formada por individuos que al trabajar juntos comparten valores y creencias, traducido en una cultura que las caracteriza. La cultura organizacional ha sido estudiada en organizaciones de diversos sectores y tamaños, haciéndose presente también en centros escolares como son las universidades.

Las universidades, al ser organizaciones formadas por individuos que comparten valores, creencias, ideas y tradiciones, forman una cultura que las hace únicas y su estudio es especialmente interesante, debido a la transmisión de esa cultura organizacional en cada uno de los estudiantes, ciudadanos de las naciones que dirigirán al mundo en las siguientes décadas, por lo que los valores y creencias que las universidades mantienen determinan en gran medida el futuro de un país, teniendo consecuencias fundamentales. Al respecto, Folch e Ion (2009) señalan que el análisis de la cultura organizacional de las universidades es importante porque es interesante en la adaptación de su cultura a los valores y el comportamiento de sus miembros, así como para mantener el estado de salud mental y buscar la mejora permanente.

La cultura organizacional ha sido ampliamente estudiada en los últimos años, así como la cultura en los centros de educación. Así mismo, se ha identificado que existen diferencias

en las características sociodemográficas (género, edad, nacionalidad, raza) que conforman grupos dentro de las organizaciones (Vadi, Allik y Realo, 2011), lo que hace pensar que las personas perciben de diferente forma la cultura organizacional, según las características sociodemográficas, lo que motiva nuestro interés para medir la percepción de la cultura organizacional de las personas, de acuerdo con las características sociodemográficas. Por lo tanto, el objetivo de la presente ponencia consiste en analizar las diferencias existentes en la cultura organizacional, de acuerdo con las características sociodemográficas de los individuos de una institución de educación superior.

La ponencia está organizada de la siguiente forma. En el segundo apartado se lleva a cabo una revisión de la literatura de la cultura organizacional y la cultura escolar. El tercer apartado presenta la metodología utilizada para alcanzar el objetivo de nuestra investigación. En la cuarta parte se presentan los resultados, incluyendo la descripción de la muestra y las diferencias entre grupos. El quinto apartado presenta la discusión y los resultados. Finalmente se presentan las conclusiones a las que se arribó en la investigación.

Marco teórico

Cultura organizacional

El concepto de cultura organizacional implica la interrelación del término cultura y el de organización, es decir es el conjunto de valores y creencias que se comparte y se vive dentro de una organización. Dicho concepto se introdujo en la teoría de gestión en los años '50, por la escuela de las relaciones humanas, surgiendo como una reacción al management científico impuesto por Taylor en todo el campo organizacional como único patrón de entendimiento (Díez y Domínguez, 1996). Los estudios realizados por Elliot Jacques del Instituto de Tavistock, a través de la publicación de su obra intitulada —The Changing

Culture of a Factory]], en 1951, dieron una nueva pauta al análisis organizacional, lo cual produjo en la década de los _70 un concepto nuevo para entender a las organizaciones. Posteriormente, el término de cultura organizacional cobra importancia a partir del trabajo de Pettigrew en el año 1979, considerándose con esta situación la entrada de este concepto en la literatura académica de Estados Unidos de Norteamérica. Según Denison (1990), a partir de 1980, se inicia la —revolución de la cultural], debido a que la aparición de este concepto modificó las prácticas de gestión y la teoría en las organizaciones. La —revolución de la cultural] se traduce en nuevas investigaciones, nuevas teorías y nuevas prácticas de gestión.

El concepto de cultura organizacional tuvo relevancia en el campo de la gestión y la teoría organizacional a partir de la publicación del libro —En busca de la excelencia], de Peters y Waterman (1982), debido al hecho de vincular el logro de los objetivos de la organización con la creación de una cultura organizacional fuerte (Córdova, Font, Gudiño, Hernández y Sánchez, 1998). Así mismo, Japón se hizo presente con Ouchi en 1981, con su obra —Teoría Z]], como resultado de sus investigaciones en organizaciones japonesas.

En la actualidad el tema de cultura organizacional sigue siendo un tema de gran interés para los académicos y la gente de empresa al tener efectos positivos en la organización.

La cultura organizacional en el ámbito educativo

La cultura organizacional en las instituciones educativas se conoce mejor con el nombre de cultura escolar. De acuerdo con Martínez y Dávila, (1998), la cultura de las instituciones educativas ha surgido recientemente como un nuevo paradigma en la administración, no obstante, dicho paradigma ha estado rodeado de ambigüedad, a causa de las diversas

definiciones y perspectivas relativas al concepto de cultura organizacional, que como vimos anteriormente, son múltiples y muy diversas.

El término cultura escolar se usa para definir los aspectos fenomenológicos y sociales de la comunidad organizativa de una escuela, la cual está formada por numerosos elementos intangibles (valores, filosofías, ideologías), junto a otros más tangibles a los que se otorga una expresión visual y de comportamiento (Beare, Caldwell y Millkan, 1992). En este sentido, no sólo los valores y creencias (aspectos intangibles) son los que muestran los comportamientos a seguir por los individuos, sino que también los aspectos tangibles se convierten en reglas y normas a seguir. Los aspectos tangibles constituyen todos aquellos artefactos culturales visibles y audibles que las personas perciben y detectan fácilmente, tales como los edificios, la distribución de las oficinas, la vestimenta de las personas, etc., los cuales dicen mucho acerca de lo que los miembros de la organización piensan y creen. Sin embargo, para poder conocer verdaderamente lo que es la cultura de las instituciones educativas, así como de cualquier otra organización, hay que explorar los aspectos intangibles, que son más difíciles de detectar y que son la esencia de la cultura organizacional. Al respecto, Armengol (2001) afirma que la cultura escolar es implícita, muchas veces es difícil de expresar con palabras, pero es algo que ahí está, que se hace presente en todo momento y se vive en las instituciones escolares.

Domínguez y Díez (1996:377) definen la cultura escolar como —la confluencia de todos los elementos del sistema relacional de un centro, es decir, la comunicación, la participación, los conflictos, el estilo directivo y el clima como procesos interactivos que generan un entramado o tejido de creencias, supuestos, valores y ritos compartidos difíciles de cambiar, pero que es el único —instrumento para que la propia comunidad educativa pueda

modificar y mejorar realmente su funcionamiento. Esta conceptualización se refiere a la cultura escolar como un sistema, cuyos elementos están en una constante interacción que forma una red de valores y creencias difíciles de cambiar, y es precisamente esta dificultad lo que hace que una institución educativa se distinga de otras y le dé personalidad. Resulta interesante cómo este autor afirma que la cultura escolar es el único instrumento para mejorar sus funciones, lo cual se complementa cuando Deal (1985) afirma que conocer los símbolos y la cultura de la escuela es un prerrequisito para hacer la escuela más efectiva. La cultura escolar no puede dejarse al margen, los directivos deben estar al tanto de lo que sucede en su institución, cuáles son los valores, cuáles son las creencias, cómo se comunican los miembros de la institución, es decir, todo lo que sucede en la misma.

Peterson y Spencer (1990) señalan que la cultura de las instituciones académicas representa los patrones incrustados del comportamiento organizacional y los valores, supuestos, creencias o ideologías compartidas entre los miembros con respecto al trabajo, por lo que la cultura en las organizaciones educativas permite a los individuos trabajar por un objetivo común que es la educación de los estudiantes y además crea en las mentes de los individuos una ideología con respecto a su trabajo y todo lo que ello envuelve.

Así mismo, Clark (1991:113) concibe la cultura escolar como —ciertos relatos y creencias compartidos que coadyuvan a que los participantes definan quiénes son, qué hacen, por qué lo hacen, es decir, la cultura escolar permite a los individuos darle un sentido a su trabajo, a lo que están haciendo y para lo cual están pasando parte de su vida en una institución educativa determinada. Es a través de una cultura escolar válida y coherente, por la que los individuos poseen una manera de ser que los lleva a actuar de cierta forma. En las instituciones de educación superior se viven culturas organizacionales inmersas de

símbolos, con rituales muy profundos que las identifican y las hacen únicas, acompañadas de historias que incluyen héroes que permite a los miembros de la comunidad escolar creer en ellos y fortalecer su —alma materl entre los alumnos y el personal para sentirse parte fundamental de la institución.

Específicamente en las instituciones de educación superior, tal como señalan Martínez y Dávila (1998), la cultura se refleja en lo que se hace, en cómo se realiza y en quién está involucrado en hacerlo, siendo las personas los principales actores de la cultura organizacional, quienes pueden provocar el éxito o el fracaso de estas instituciones.

Por lo tanto, la cultura organizacional en las instituciones educativas, aún cuando no es el único factor que determina el éxito de las mismas, sí tiene una incidencia fundamental. Los valores y creencias que comparten los miembros de una misma institución son determinantes para la buena marcha de la misma. Los valores, las creencias y los principios rigen la vida personal y laboral del hombre y cuando éstos son compartidos entre los empleados, la cultura organizacional se consolida y se fortalece. Las organizaciones con culturas fuertes son aquellas donde sus miembros comparten valores y creencias centrales, mientras que en las culturas débiles pocas personas lo hacen.

Las instituciones educativas con culturas fuertes permiten a sus miembros sentirse orgullosos de su organización, en palabras de Sainz de Vicuña (2001:19): —suelen ser las organizaciones con culturas fuertes y sólidas las que no se avergüenzan de coleccionar y narrar historias, anécdotas y leyendas que den claras muestras de su cultura organizacional o de las creencias y principios sobre los que se basall. Los miembros de instituciones

escolares con culturas fuertes, hacen notar su orgullo de pertenecer a ellas y las ceremonias y rituales son tomados con gran seriedad y respeto.

Las personas son quienes hacen a las organizaciones y de ellas depende el rumbo de las mismas. En la medida en que los valores y creencias sean compartidos entre los miembros, la institución se verá fortalecida o debilitada, lo que se reflejará en los resultados. Como lo expresan Van Maanen y Barley (1985), la cultura no puede divorciarse de la gente que la sostiene.

La labor de los directivos para resolver conflictos de la existencia de contraculturas y de competencia entre subculturas, reside en la búsqueda del equilibrio entre las diversas subculturas, donde todas sean importantes y adopten los valores centrales de la organización, ya que cuando los miembros de las subculturas poseen valores diferentes a los de la institución escolar, difícilmente podrán sentirse parte de la misma, provocando que éstos no se comprometan. Los empleados que sí compartan los valores y los adopten, podrán trabajar regidos por ellos y comprometerse con la institución escolar, donde la cultura organizacional es expresada en la coincidencia de subculturas.

La misión, la visión y los objetivos estratégicos de una organización no deben conflictuarse con la cultura y deben trabajar conjuntamente para alcanzar la efectividad de la organización (Beytekin, Yalcinkaya, Dogan y Karakoc, 2010). La misión y visión representan elementos esenciales para que los miembros de las organizaciones comprendan lo que es la organización y lo que pretende.

El uso de recursos en las culturas apoya el desarrollo positivo de la organización, incluso hasta en la competitividad (Awadh y Saad, 2013)

En una investigación llevada a cabo en Taiwan, Wang (2011) presenta evidencia de que la edad, el ingreso, la experiencia matricular y el conocimiento de los colegios de la comunidad influyen en la percepción de la misión y visión de los colegios.

En otra investigación, variables sociodemográficas como el género, la nacionalidad y la posición en la organización presentan patrones de actitudes colectivistas y cultura organizacional, aunque en dicha investigación, la edad no presentó un impacto en la cultura organizacional (Vadi, Allik y Realo, 2011).

Por su parte, Martins, y Coetzee, (2011) en su investigación encontraron que el género, la edad y la raza tomen un efecto significativo en los valores organizacionales.

Koivula (2008) afirma que los grupos sociodemográficos en el lugar de trabajo tienden a tener diferentes valores.

Metodología

La presente investigación es de tipo transversal y representa un estudio exploratorio llevado a cabo en una universidad del país con el objetivo de determinar las diferencias que existen en la cultura organizacional con respecto a las características sociodemográficas.

La recogida de datos tuvo una duración de cuatro meses, a través del Instrumento de Cultura Organizacional y Marketing Interno (ICOMI), cuya fiabilidad es de 0.923 y la validez fue realizada a través del análisis factorial (Mendoza y Hernández, 2006). Las variables tomadas en cuenta que conforman la cultura organizacional son: misión y visión, calidad, formación, comunicación e identificación.

En total se repartieron 500 cuestionarios, obteniendo 319 cumplimentados, de los cuales, 11 estaban incompletos, los cuales fueron eliminados para el análisis, quedando 308 que fueron contestados correctamente y tomados en cuenta para nuestro análisis. Por lo tanto, la cantidad de respuestas que recogimos se situó en el 63.8%. Los encuestados que accedieron a cumplimentar el cuestionario lo hicieron en forma voluntaria y aleatoria.

El error muestral, si la muestra hubiera sido aleatoria, sería del 4.923% a un nivel de confianza del 95.5%, siendo $p=q=0,5$ y $k=4$. La población finita considerada fue de 1,462 personas, de la cual se extraería nuestra muestra que representa 308 empleados.

Las hipótesis a testar en esta investigación son las siguientes:

H1: La percepción de la cultura organizacional difiere de acuerdo con la edad que tienen las personas, esperando que las de mayor edad sean más críticas.

H2: La percepción de la cultura organizacional difiere, según es el nivel de estudios de las personas, esperando que aquellas que poseen un mayor grado de estudios sean más críticas, que el resto de los empleados.

H3: Los empleados perciben en diferente forma la cultura organizacional, según la antigüedad que tienen en la institución, esperando que las personas con mayor antigüedad perciban en forma más positiva estos aspectos, en virtud de estar más identificados con la institución.

H4: Los empleados con mayor experiencia son más críticos en la percepción de la cultura

organizacional, al poseer mayores conocimientos en relación a su trabajo.

H5: La percepción de la cultura organizacional difiere de acuerdo con el género y se espera que las mujeres sean más críticas que los hombres.

Resultados

En relación con el *género* de los encuestados, 167 son mujeres y 141 hombres, representando el 54.2% y el 45.8%, respectivamente, lo que exhibe lo equilibrado de la muestra.

La mayoría de las personas encuestadas se encuentra en el rango de *edad* entre los 26 y los 35 años, representando el 39.3%; seguido por el 38.3% que son aquellas personas que tienen entre los 36 y 45 años de edad cumplidos. El menor número de participantes tiene menos de 25 años, representando únicamente el 2.3%. Esta distribución de la población indica que en general se trata de una población joven, la mayoría comprendidos entre los 26 y los 35 años de edad, ya partir de los 36 años el porcentaje comienza a decrecer (Tabla 1).

Tabla 1. Distribución de la muestra por edad

<i>Años</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje Acumulado</i>
Menos de 25	7	2.3%	2.3%
Entre 26 y 35	121	39.3%	41.6%
Entre 36 y 45	118	38.3%	79.9%
Entre 46 y 55	51	16.6%	96.4%
Más de 56	11	3.6%	100.0%
Total	308	100.0%	

En lo referente al *nivel de estudios* que poseen los encuestados, el mayor porcentaje está con centrado por aquellos que cuentan con grado de maestría, representando el 36.8%,

seguido por aquellos que tienen estudios de doctorado con el 27.7%. El 10.1% posee una especialidad y el 25.4% tiene una licenciatura concluida (Tabla 2).

Tabla 2. Distribución de la muestra por nivel de estudios

Grado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Licenciatura	78	25.4%	25.4%
Especialidad	31	10.1%	35.5%
Maestría	113	36.8%	72.3%
Doctorado	85	27.7%	100%
Total	307	100%	

Otro aspecto importante es la *experiencia* que las personas encuestadas tienen en el puesto de trabajo. Los resultados arrojan que el mayor porcentaje de experiencia está entre 1 y 5 años, representando el 37.7% de la muestra. Seguido a ello, el 21.3% son aquellos que tienen entre 6 y 10 años de experiencia en sus puestos de trabajo. Únicamente el 7.2% tiene menos de un año de experiencia (Tabla 3).

Tabla 3. Distribución de la muestra de acuerdo con la experiencia

Años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Menos de 1	22	7.2%	7.2%
Entre 1 y 5	116	37.7%	45.2%
Entre 6 y 10	65	21.3%	66.6%
Entre 11 y 15	42	13.8%	80.3%
Entre 16 y 20	27	8.9%	89.2%
Más de 21	33	10.8%	100%
Total	305	100%	

Los datos referentes a la *antigüedad* que tienen los encuestados en la universidad, indican que la mayoría de las personas tiene entre 1 y 5 años trabajando para la organización, representando el 43.2%, siguiéndole el 17.2% que tiene una antigüedad entre 6 y 10 años. Los encuestados con menor antigüedad son los que se encuentran comprendidos en un rango entre los 16 y los 20 años, y los que tienen una antigüedad mayor a los 21 años,

representado el 9.7%, respectivamente. Únicamente el 10.1% tiene menos de un año de antigüedad (Tabla 4).

Tabla 4. Distribución de la muestra de acuerdo con la antigüedad

Años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Menos de 1	31	10.1%	10.1%
Entre 1 y 5	133	43.2%	53.2%
Entre 6 y 10	53	17.2%	70.5%
Entre 11 y 15	31	10.1%	80.5%
Entre 16 y 20	30	9.7%	90.3%
Más de 21	30	9.7%	100%
Total	308	100%	

Diferencias entre grupos

Edad

En relación con la hipótesis 1, únicamente encontramos diferencias significativas ($p=.003$) en la variable *misión y visión* entre los encuestados menores a los 25 años y los que se encuentran en el rango de edad entre 46 y 55 años, existiendo una diferencia de medias de 1.92157*, a favor del segundo grupo, quienes se identifican más con la *misión y la visión*, que los jóvenes con edades menores a 25 años, tal como lo muestran la Tabla 5. En el resto de los grupos no se presentaron diferencias significativas en las medias, ni en las demás variables de cultura organizacional.

Tabla 5. Puntuaciones medias de la variable *misión y visión* y edad

Edad	Media	Desviación Standard	F	p
Menos de 25 años	7.000	1.52753	4.017	.003
Entre 26 y 35 años	8.3719	1.37315		
Entre 36 y 45 años	8.2966	1.49820		
Entre 46 y 55 años	8.9216	1.18056		
Más de 56 años	8.8182	0.87386		

Con lo anterior, nuestra primera hipótesis queda contrastada, demostrando la existencia de diferencias significativas entre los grupos en la variable *misión y visión*, donde las personas más jóvenes (menores a 25 años) son quienes en menor medida se identifican con la misión y la visión de la universidad, mientras que el grupo de los empleados entre los 46 y 55 años son quienes mejor se identifican con ellas.

Nivel de estudios

El nivel de estudios fue la variable que marcó el mayor número de diferencias significativas en las variables *calidad, formación, identificación y comunicación* (Tabla 6)

Tabla 6. Puntuaciones medias de la variable nivel de estudios

Nivel de estudios	Media	Desviación Standard	F	P
Calidad				
Licenciatura-	27.5897	5.42346	5.596	.001
Especialidad	28.7419	5.63896		
Maestría	25.1150	5.44904		
Doctorado	25.0941	6.91379		
Formación				
Licenciatura	13.6154	3.24430	3.091	.027
Especialidad	13.1290	4.24847		
Maestría	12.4956	3.42294		
Doctorado	12.0588	3.36067		
Identificación				
Licenciatura	15.0769	2.85479	9.507	.000
Especialidad	15.1290			
Maestría	14.0177			
Doctorado	12.5529			
Comunicación				
Licenciatura	6.4872	1.97217	5.892	.001
Especialidad	7.1935	2.16671		
Maestría	6.3097	1.76311		
Doctorado	5.6118	2.07074		

Con relación a la variable *calidad*, obtuvimos diferencias significativas ($p=.001$) entre los

encuestados con estudios de licenciatura, especialidad, maestría y doctorado. La primera diferencia significativa está entre el grupo de los encuestados con estudios de licenciatura y el grupo de los maestros, existiendo una diferencia de 2.47470*. La segunda diferencia significativa está entre los empleados que poseen un título de especialista y los que tienen maestría y doctorado, habiendo una diferencia entre las medias de 3.62689* y 3.64782*, respectivamente.

Por otro lado en la variable *formación*, obtuvimos una diferencia significativa ($p=.027$) en las puntuaciones, de acuerdo con el nivel de estudios. La diferencia de medias entre el grupo de los encuestados con grado máximo de estudios de licenciatura y el grupo con grado de doctor es de 1.55656*, lo que indica que las personas con licenciatura tienen una mejor actitud hacia la formación que los doctores.

En cuanto a la *identificación*, los resultados arrojan que los menos identificados con el lema de la universidad, los valores institucionales y la historia de la organización son los doctores, existiendo diferencias significativas ($p=.000$) entre el grupo de los miembros de la organización con licenciatura (2.52398*), el grupo que posee una especialidad (2.57609*) y el grupo con grado de maestro (1.46476*) con respecto al grupo de los doctores.

En relación a la variable *comunicación*, se obtuvieron diferencias significativas ($p=.001$) entre el grupo de los licenciados y el grupo de los encuestados con especialidad, con respecto al grupo de los doctores, siendo la diferencia entre medias entre 0.87541* y 1.58178*, respectivamente, lo cual significa que los licenciados y los especialistas, tienen una mejor percepción de la comunicación en la institución que la que poseen los doctores.

Antigüedad

Los resultados muestran la existencia de diferencias significativas en la cultura organizacional en las variables *formación*, *identificación* y *misión y visión* (Tabla 7).

Tabla 7. Puntuaciones medias de la variable antigüedad

Antigüedad	Media	Desviación Standard	F	p
Formación				
Menos de 1 año	14.5161	3.21321	4.613	.000
Entre 1 y 5 años	12.4812	3.39920		
Entre 6 y 10 años	11.6792	3.53974		
Entre 11 y 15 años	12.0968	3.38974		
Entre 16 y 20 años	12.5667	2.94412		
Más de 21 años	14.4333	3.70166		
Identificación				
Menos de 1 año	12.9677	4.15118	4.290	.001
Entre 1 y 5 años	13.4737	3.35654		
Entre 6 y 10 años	14.3396	3.31630		
Entre 11 y 15 años	14.2900	3.20148		
Entre 16 y 20 años	14.0667	3.36240		
Más de 21 años	16.3333	2.38289		
Misión y visión				
Menos de 1 año	8.2581	1.50783	2.968	.012
Entre 1 y 5 años	8.2256	1.51566		
Entre 6 y 10 años	8.4528	1.40830		
Entre 11 y 15 años	8.2903	0.97275		
Entre 16 y 20 años	8.7000	1.29055		
Más de 21 años	9.2333	1.04000		

La primera diferencia significativa ($p=.000$) está entre el grupo de los encuestados con una antigüedad menor a 1 año y el grupo que está en el rango de antigüedad entre los 6 y los 10 años, existiendo una diferencia de medias de 2.83688*, siendo los del primer grupo quienes perciben mejor la formación que les brinda la universidad. La segunda diferencia significativa está entre el grupo de los que tienen una antigüedad mayor a los 21 años en

la institución y el grupo de los que tienen entre 6 y 10 años, existiendo una diferencia de medias entre estos dos grupos de 2.75409*, siendo el grupo de los que han permanecido durante más de 21 años, quienes tienen una mejor percepción de la formación que los que están en el rango de antigüedad entre los 6 y los 10 años.

En relación a la variable *identificación* existen diferencias significativas ($p=.001$). Las diferencias significativas están entre el grupo de los empleados con una antigüedad menor a 1 año y el grupo con una antigüedad superior a los 21 años, existiendo una diferencia de medias de 3.36559*, siendo mayores las puntuaciones para el segundo grupo. Así mismo existe una diferencia de medias de 2.85965* entre el grupo de los encuestados con una antigüedad entre 1 y 5 años y el grupo con mayor antigüedad, es decir, aquellos que tienen más de 21 años laborando para la universidad, siendo mayores las puntuaciones del segundo grupo.

En la variable *misión y visión*, podemos observar la existencia de diferencias significativas ($p=.012$) entre los grupos. La diferencia de medias entre el grupo formado por aquellos que tienen una antigüedad entre 1 y 5 años y el grupo de los encuestados que tienen una antigüedad mayor a los 21 años es de 1.00777*, por lo que podemos inferir que los empleados que tienen una mayor antigüedad en la universidad son quienes más se identifican con la misión y la visión de la universidad y trabajan por ellas, mientras que los que se encuentran en el rango de antigüedad entre 1 y 5 años tienen menos clara la visión y se identifican en menor medida con la misión de la institución.

Por lo tanto, la variable antigüedad influye en tres variables de la cultura organizacional (*formación, identificación y misión y visión*), siendo los empleados que tienen menor antigüedad y los que tienen mayor antigüedad, quienes en mayor medida valoran la capacitación que la universidad les ofrece. Así mismo, los empleados con mayor antigüedad son quienes más se identifican con la misión y visión, por lo que nuestra hipótesis 2 queda aceptada mediante estos resultados.

Experiencia

El análisis de la varianza arrojó diferencias significativas ($p=.000$) únicamente en la variable *formación*, entre el grupo de las personas que tiene una experiencia menor a un año y el grupo de los que tiene un rango de experiencia entre 1 y 5 años con una diferencia de medias de 2.90909*, con el grupo con una experiencia entre 11 y 15 años con una diferencia de medias de 3.63636* y el grupo de aquellos entre 16 y 20 años con una diferencia de medias de 3.92761*, siendo todas estas diferencias a favor del primer grupo, es decir, de aquellos que tienen una experiencia menor a 1 año (Tabla 8).

Tabla 8. Puntuaciones medias de la variable formación y experiencia

Experiencia	Media	Desviación Standard	F	p
Menos de 1 año	15.4091	1.91881	4.600	.000
Entre 1 y 5 años	12.5000	3.35313		
Entre 6 y 10 años	12.9394	3.69981		
Entre 11 y 15 años	11.7727	2.90840		
Entre 16 y 20 años	11.4815	3.15461		
Más de 21 años	13.4242	4.32312		

Aun cuando únicamente se registraron diferencias significativas en la variable *formación*, nuestra hipótesis 3 queda aceptada, al ser los empleados con menor experiencia, quienes mejor perciben la calidad de los cursos de capacitación que le brinda la universidad.

Género

En relación al género, únicamente obtuvimos diferencias significativas en la variable *ambiente* en la percepción de las mujeres ($p=.010$) y los hombres ($p=0.009$), tal como se puede observar en la Tabla 9, donde los hombres tienen una mejor percepción del ambiente que las mujeres.

Tabla 9. Puntuaciones medias de la variable ambiente y género

Género	Media	Desviación Standard	t	p
Masculino	34.3952	9.40005	2.612	0.009
Femenino	31.4752	10.20055	2.594	0.010

Estos resultados sugieren que las mujeres son más exigentes que los hombres en las condiciones físicas del ambiente, quienes demandan mejores condiciones en la iluminación, ventilación, temperatura, espacio físico, nivel de ruidos y aseos, o también podría ser que los hombres tienen mejores condiciones de trabajo que las mujeres. A partir de lo anterior que da aceptada nuestra hipótesis 5, existiendo diferencias significativas en la variable *ambiente* de cultura organizacional.

Discusión

Resumiendo lo analizado en el apartado anterior, tenemos que se trata de una muestra donde participó un 8.4% más de mujeres que de hombres. Los encuestados en su mayoría son personas jóvenes de entre 26 y 35 años de edad, con estudios de maestría, seguido por los que poseen título de doctor, con una experiencia en el puesto de trabajo y una antigüedad en la institución de entre 1 y 5 años.

Los resultados muestran que el grupo de los encuestados entre los 46 y 55 años se identifica en mayor grado con la misión y la visión, puede ser debido a que los jóvenes a esta edad son generalmente recién egresados de las instituciones de educación superior y buscan nuevas oportunidades, sin tener la necesidad de permanecer en una organización, por lo que no se involucran completamente con las instituciones. Järvi (2000) afirma que los empleados de mayor edad presentan en mayor grado lazo afectivos con la organización en la que laboran, que los más jóvenes. Por el contrario, las personas en rango de edad entre los 46 y los 55 años, son personas con experiencia y buscan permanecer en una institución hasta su jubilación. Lo cual es consistente con March y Simon (1958), quienes afirman que cuanto mayor es el empleado, menor es la facilidad de cambio a otra empresa diferente.

El grupo de personas con doctorado reconoce en menor medida la formación ofrecida por la institución. Esta situación se puede deber a que quizá los cursos para las personas con niveles de estudio de licenciatura, especialidad y maestría sean los adecuados para poder desempeñar de manera eficiente sus funciones dentro de la institución, sin embargo, el grupo que pertenece a las personas con doctorado busca otro tipo de formación que la universidad en este momento no les está brindando, ya que al ser personas más preparadas, son más críticas en la formación que reciben y tienen necesidades de capacitación de mayor nivel de conocimientos, siendo necesario el apoyo para que las personas reciban la capacitación fuera de la institución, ya que debido al trabajo de investigación que elaboran, requieren de cursos muy específicos.

Con base a lo anterior inferimos que las personas con menor experiencia tienen una mayor necesidad y mejor actitud hacia la formación, lo cual es bastante lógico, pues son quienes

buscan adquirir nuevos conocimientos y habilidades, acudiendo al mayor número posible de cursos de capacitación que ofrece la universidad, mientras que los empleados con mayor experiencia muestran una menor disposición a la formación, por tener un mayor dominio de las funciones y actividades a desarrollar en su puesto de trabajo.

En relación con el nivel de estudios, son los empleados con grado de doctor quienes poseen una percepción más crítica de la cultura organizacional. Se encontraron diferencias significativas en tres variables de cultura organizacional (*formación, identificación, comunicación, calidad y misión y visión*), demostrando que a medida que el nivel de estudios es más elevado, las personas tienden a ser más exigentes y críticas.

Las personas con mayor grado de estudios consideran que la universidad no les otorga los cursos de capacitación suficientes y adecuados para el desarrollo de sus funciones y el cumplimiento de sus actividades en el puesto de trabajo, al mismo tiempo que no existe una adecuada comunicación en la organización y son quienes en menor medida están identificados con la universidad. Así mismo, mientras mayor es el nivel de estudios, menor es el nivel de identificación de los empleados con la institución.

Los empleados con mayor antigüedad en la universidad, son quienes mejor se identifican con ella, en virtud de que son las personas que en mayor grado conocen el funcionamiento de la organización, mejor informados están acerca de los logros de la institución y han sido actores de los resultados, mientras que los empleados con menor antigüedad aún no están completamente involucrados con las actividades de la universidad, ni conocen la historia de la misma, por lo que no tienen lazos afectivos con la institución.

Con base a lo anterior inferimos que las personas con menor experiencia tienen una mayor necesidad y mejor actitud hacia la formación, lo cual es bastante lógico, pues son quienes

buscan adquirir nuevos conocimientos y habilidades, acudiendo al mayor número posible de cursos de capacitación que ofrece la universidad, mientras que los empleados con mayor experiencia muestran una menor disposición a la formación, por tener un mayor dominio de las funciones y actividades a desarrollar en su puesto de trabajo.

Finalmente en relación con la variable género, es el grupo de hombres quienes perciben en mejor forma el medio ambiente, lo que concuerda con los resultados de Vadi, Allik, y Realo(2011), donde también los hombres son quienes valoran mejor la cultura organizacional.

Conclusiones

El objetivo de la presente investigación fue alcanzado, encontrando diferencias significativas en las variables sociodemográficas edad, nivel de estudios, antigüedad, experiencia y género. Así mismo, las hipótesis planteadas fueron aceptadas.

Observamos, a la vista de los resultados, que mientras mayor es el nivel de estudios, más críticas son las personas, siendo aquellos que cuentan con título de doctorado, quienes perciben una menor calidad, los cursos de formación no cubren del todo sus expectativas, se identifican en menor medida con la institución y perciben que la comunicación puede mejorarse.

Curiosamente las personas con menor antigüedad y las personas con mayor antigüedad en la institución, son quienes mejor evalúan la formación que la universidad les está ofreciendo. En las variables identificación y misión y visión, las personas con mayor antigüedad son quienes presentan mejores percepciones, quizá por el largo periodo que

llevan laborando para la institución que hace que la misión y visión sean mejor comprendidas y se identifiquen además con la institución.

Debemos recordar que la historia, el lema y los valores institucionales son aspectos relevantes en la cultura organizacional que la fortalecen e incrementan la identificación de los miembros con la organización.

En relación con la experiencia, sólo se observan diferencias en la formación, siendo los que tienen menos de un año laborando para la institución.

Finalmente en relación con el género, los hombres perciben mejor el ambiente, quizá debido al hecho a que las mujeres pueden tener un mayor sensibilidad que los hombres.

La presente investigación presenta limitaciones, debido a que la investigación fue llevada en sólo una institución, los resultados no pueden generalizarse, siendo necesario profundizar en mayor medida la existencia de grupos sociodemográficos que hace que la cultura organizacional sea percibida en forma diferente.

Bibliografía

Armengol Asparó, C. (2001). *La cultura de la colaboración, reto para una enseñanza de calidad*. Madrid: La Muralla.

Awadh, A.M. y Saad, A.M. (2013). Impact of organizational culture on employee performance. *International Review of Management and Business Research*, 2(1), 168-175.

Beare, H., Caldwell, B.J. y Millkan, R.H. (1992). *Cómo conseguir centros de calidad. Nuevas técnicas de dirección*. Madrid: La Muralla.

Beytekin, O.F., Yalcinkaya, M., Dogan, M. y Karakoc, N. (2010). The organizational culture at the university. *The International Journal of Educational Researchers*, 2(1), 1-13.

Clark. B. (1987). *The Academic Profession*. California: University of California Press.

Córdova Villegas, A.O., Font Playan, I., Gudiño Pérez, P., Hernández Mendoza, E.R. y Sánchez Martínez, A. (1998). Un enfoque del estudio de la cultura organizacional. *Gestión y Estrategia*, 14, 1-17.

Deal, T.W. (1985). The symbolism of effective schools. *The Elementary School Journal*, 85, 601-619.

Denison, D.R. (1990). *Corporate culture and organizational effectiveness*. New York: John Wiley and Sons.

Díez Gutiérrez, J.E. y Domínguez Fernández, G. (1996). La —cultural de las organizaciones educativas: bases para el desarrollo de procesos de innovación y cambio. En I. Cantón Mayo (Ed.), *Manual de organización de centros educativo* (pp.81-120). Barcelona: oikos-tau.

Folch, M.T. y Ion, G. (2009). Analysing the organizational culture of universities: Two models. *Higher Education in Europe*, 34(1), 143-154.

Järvi (2000)

Koivula, N. (2008). *Basic human values in the workplace*. Helsinki: University of Helsinki.

March y Simon (1958)

Martínez, N.H. y Dávila, A. (1998). Preguntas y respuestas sobre un espacio vacío de investigación: El estudio de la cultura en instituciones educativas. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 3(6), 203-219.

Martins, M. y Coetzee, M. (2011). Staff perceptions of organisational values in a larg South African manufacturing company: exploring socio-demographic differences. *SA Journal of Industrial Psychology*, 37(1), 115-137.

Ouchi, W.G. (1981). *Teoría Z*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Peters, T.J. y Waterman, R.H. Jr. (1982). *In search of excellence*. Nueva York: Harper and Row.

Peterson, M.W. y Spencer, M.G. (1990). Understanding academic culture and climate. En W.G. Tierney (Coord), *Assessing academia climates and cultures, New Directions for Institucional Research*, (pp. 3-18). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Pettigrew, A.M. (1979). On studying organizational cultures. *Administrative Science Quarterly*, 24, 579-581.

Sáinz de Vicuña Ancín, J.M. (2001). *La distribución comercial: opciones estratégicas*. Madrid: ESIC.

Vadi, M., Allik, J. y Realo, A. (2011). *Collectivism and its consequences for organizational culture*. University of Tartu, Faculty of Economics and Business Administration. Documento obtenido el 30 de junio de 2014 desde <http://www.mtk.ut.ee/sites/default/files/mtk/toimetised/febawb12.pdf>

Van Maanen, J. y Barley, S.R. (1985). Cultural Organization, fragments of a theory. En P.J. Frost, L.F. Moore, M. Reis Louis, C.C. Lundberg y J. Martin (Eds.), *Organizational Culture* (pp. 31-54). USA: Sage Publications.

Wang, W. (2011). A factor analysis study on the mission characteristics of Taiwanese community colleges. *Literacy Information and Computer Education Journal*, 2(4), 521-531.

Protocolo de investigación: “Medición del nivel general de satisfacción de la calidad de los servicios proporcionados a los pacientes y/o usuarios por los hospitales PyMES del Estado de Puebla”

Concepción E. Muñoz Tagle

Facultad de Contaduría Pública, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Silvestre Fernández Ruiz

Facultad de Contaduría Pública, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Resumen

Medir el grado de percepción de la calidad de los servicios proporcionados a los usuarios y/o pacientes por los Hospitales PyMES en el Estado de Puebla.

El procedimiento que se realizará consistirá primeramente en la aplicación de un instrumento de 22 ítems dentro de cinco dimensiones, basado en el Modelo SERVQUAL así como en el SERVQUALING, este último modificado de acuerdo con las características de las unidades en estudio, el cual se analizará estadísticamente con el paquete SPSS e interpretará de acuerdo a los resultados obtenidos, utilizando la estadística multivariada.

Palabras clave: Percepción, Calidad, Servicios, Usuarios.

Introducción

En toda organización de salud el usuario y/o paciente es uno de los grupos de interés de mayor relevancia, siendo necesario realizar mediciones sobre su satisfacción con respecto a la calidad del servicio que recibe ya que ésta determinará su percepción sobre el desempeño de la organización.

La atención brindada en los sistemas de salud ya no sólo hace énfasis en la cobertura del servicio; la tendencia actual es prestarle atención a la evaluación del conjunto de elementos inter-relacionados, mediante métodos adecuados que satisfagan las expectativas de los usuarios y que a su vez, se haga uso eficiente de los recursos.

La calidad del servicio se ha convertido en un concepto central de muchas estrategias de marketing, y de las instituciones públicas y privadas prestadoras de bienes y servicios. Es uno de los medios alternativos con los cuales cuenta una organización para alcanzar una ventaja competitiva y en su caso lograr una mejor posición en el mercado, según indica:

“Adoptar una estrategia de calidad significa definir el nivel de excelencia esperado para el tipo de servicio que brinda la empresa” ...Zanfardini(2002, p.2).

“Este nivel de calidad no establece necesariamente que el servicio sea lujoso, sino simplemente que el mismo responda a las expectativas de un grupo de compradores objetivo” Lambin (1950).

Planteamiento del Problema

Los usuarios y pacientes que son atendidos en la mayoría de hospitales privados PyMES en el Estado de Puebla, no reciben la atención en tiempo, con la calidad y calidez que requieren en relación al pago de servicios que se les otorga.

Justificación

Se considera trascendente el medir la satisfacción de calidad del servicio recibido por los usuarios y/o pacientes de los hospitales privados PyMES del Estado de Puebla, para

determinar el nivel en el que se encuentran, lo cual permitirá hacer un diagnóstico, así como efectuar la comparación respectiva con otros hospitales del país.

La presente investigación tiene una importancia relevante:

- Permitir conocer la situación actual de la satisfacción de calidad del servicio recibido por los usuarios y/o pacientes, para determinar el nivel en el que se encuentran.
- Posteriormente impactar en el sector hospitales, contribuyendo a la mejora de los servicios ofrecidos.

Preguntas de investigación

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios y/o pacientes en el servicio que reciben de los Hospitales PyMES del Estado de Puebla?

Objetivo del trabajo

Medir el grado de satisfacción de los usuarios y/o pacientes de la calidad del servicio recibido en los Hospitales PyMES del Estado de Puebla para determinar el nivel en el que se encuentra.

Hipótesis de investigación

El nivel de satisfacción de los usuarios y/o pacientes es positivo, derivado de la buena calidad de los servicios proporcionados por los Hospitales PyMES del Estado de Puebla.

Variables

Dependiente:

El nivel de satisfacción de los usuarios y/o pacientes.

Independiente:

La calidad de los servicios proporcionados por los HospitalesPyMES del Estado de Puebla.

Marco teórico

Hospital. “(Del lat. hospitālis).m. Establecimiento destinado al diagnóstico y tratamiento de enfermos, donde se practican también la investigación y la enseñanza”. (lema.rae.es)

Las MIPYMES de acuerdo a la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, las define con base en la estratificación establecida por la Secretaría de Economía, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito

Público:

Cuadro 1.

Estratificación de Empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación al 30 de Diciembre de 2002.			
Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicio
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: INEGI, Censos Económicos 2009

Calidad de Servicio

Calidad “1.- Conjunto de características y propiedades de una persona o cosa que permiten definirla, calificada y compararla con otras de su especie.

2.- Hecho de ser algo excelente o superior en su línea o género....”

(diccionarios.com)

La idea básica para entender el sentido de la palabra calidad debe ser el de satisfacer las necesidades de los usuarios o/ pacientes de los Hospitales PyMES del Estado de Puebla, considerando que la calidad de un producto o servicio es satisfactoria cuando cumple las expectativas del usuario o cliente.

Hodson (2001) sostiene que la palabra calidad tiene múltiples significados, los dos que se utilizan con mayor frecuencia son:

“La calidad consiste en aquellas características del producto que satisfacen las necesidades de los clientes y proporciona la satisfacción con el producto y que la calidad consiste en productos y procesos libres de deficiencias”.

Por su parte, la norma ISO 9000:2005 define a la calidad como:

—El grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”.

Servicio

El diccionario de la Real Academia Española (lema.rae.es) define servicio como:

“Actividad llevada a cabo por la administración o, bajo un cierto control y regulación de ésta, por una organización, especializada o no, y destinada a satisfacer necesidades de la colectividad”.

La calidad de servicio es de vital importancia para el éxito de cualquier organización debido a que un elevado nivel de la misma proporciona a las empresas considerables beneficios en cuanto a productividad, reducción de costos, motivación del personal, diferenciación respecto a la competencia, lealtad y captación de nuevos clientes.

Sanguesaet.al. (2006) sostienen que:

“En los servicios hay que prestar una atención especial a la prevención de errores, ya que en este caso, los problemas surgen a medida que se está ejecutando el servicio, y hay que dar una solución lo más rápida posible”.

Según Stanton et al. (2007) existen cuatro características que diferencian los servicios de los bienes:

- *“Intangibilidad: como los servicios son intangibles, es imposible que los clientes prospectos prueben (degusten, toquen, vean, oigan o huelan) un servicio antes de comprarlo.*
- *Inseparabilidad: de manera característica, no se pueden separar los servicios de su creador o vendedor. Más aún, muchos servicios se crean, se dan y se consumen simultáneamente.*
- *Heterogeneidad: para una empresa de servicios, es difícil, si no imposible, estandarizar su producto. Cada unidad de servicio es un tanto diferente de otra del mismo servicio, debido al factor humano en la producción y la entrega.*
- *Carácter perecedero: los servicios son sumamente perecederos porque la capacidad existente no se puede guardar o mandar a inventario para uso futuro.*

Durante el desarrollo de los estudios referentes a la calidad de servicio, se han creado dos escuelas importantes con diferentes perspectivas, la escuela nórdica liderada por Grönroos (2007) y la escuela norteamericana liderada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988).

El modelo desarrollado por la escuela nórdica se basa en que al hablar de calidad de servicio es importante prestar atención a los dos componentes que la integran, la dimensión técnica, la cual implica valorar correctamente lo que esperan los clientes y la dimensión funcional, que define como se ofrece el servicio.

Para Sangüesa et.al. (2006), la escuela norteamericana tiene tres aspectos básicos, el primero es la definición del concepto de calidad de servicio e identificación de las variables que lo integran, el segundo es la creación de una escala de medición de la calidad de servicio (Escala SERVQUAL) y el tercero es el desarrollo de un modelo de calidad de servicio, basado en la existencia de desperdicios que explican las diferencias entre el servicio esperado por el cliente y el que realmente recibe.

Para Caetano (2003), el conocimiento de la opinión sobre la calidad de la prestación de un determinado servicio, es un factor imprescindible para que las instituciones aseguren que los servicios sean los adecuados para cubrir las necesidades de los usuarios.

Entre los autores más citados en este tema, se tienen a Zeithaml & Berry (1991) quienes proponen un modelo llamado Modelo SERVQUAL, diseñado para medir la calidad en las empresas de servicio, el cual se describe inicialmente mediante un diagrama mostrado en la

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

“La calidad del servicio se puede definir como la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente”.

Medir la calidad del servicio es complejo, debido a que es intangible y se manejan elementos subjetivos. La satisfacción del cliente se logra cuando las expectativas que se generan antes de recibir un servicio, son superadas por el valor que percibe una vez que lo ha recibido, de ahí que la percepción de la calidad varía de un cliente a otro y él lo determina.

Metodología

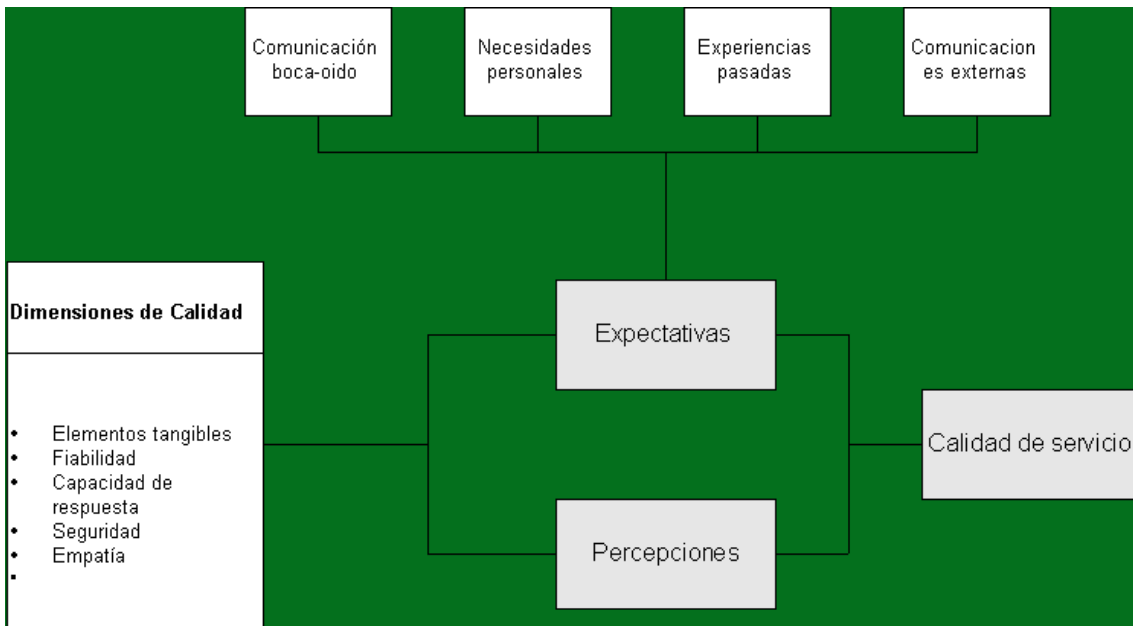
El propósito de esta investigación es generar y aplicar una herramienta de tipo metodológica que le permita a los administradores y dueños de Hospitales PyMES del Estado de Puebla medir la calidad de los servicios en forma sistemática e integral. El mayor aporte que se desea efectuar es el de proponer una forma de evaluación de calidad que se centre fundamentalmente en la percepción de los pacientes y/o usuarios sobre el servicio.

En esta investigación, se desarrolla un modelo para determinar la calidad percibida del servicio en el sector hospitalario, específicamente en los Hospitales PyMES del Estado de Puebla considerando que la calidad del servicio, en términos generales, es el resultado de comparar lo que el paciente y/o usuario espera de un servicio con lo que recibe según Zeithami (1992), y aunado con el modelo SERVQUALING de Mejías(2005) que solamente considera la percepción de la calidad del servicio recibido.

El Modelo SERVQUAL

Es importante para las empresas, sobre todo las de servicios, tratar de superar las expectativas de los clientes, lo que se puede lograr mediante una adecuada gestión para ambas, las percepciones y las expectativas.

Figura 1. Modelo SERVQUAL propuesto por Zeithaml, Valerie & Berry, Leonard.



En su análisis, los creadores del modelo concluyeron que las principales condicionantes para la formación de las expectativas son: la comunicación de boca a oído entre los usuarios del servicio, las necesidades propias que desea satisfacer cada cliente con la prestación que va a recibir, las experiencias anteriores que pueda tener, y la comunicación hacia el exterior de la empresa proveedora, a través de publicidad o acciones promocionales.

Por lo cual se proponen cinco dimensiones internas para el constructo de la calidad del servicio las cuales son:

Los elementos tangibles

La fiabilidad

La capacidad de respuesta

La seguridad y

La empatía.

En la Figura 2 se presenta una tabla con el significado de cada una de las cinco dimensiones.

Figura 2. Significado de las dimensiones para el modelo SERVQUAL.

DIMENSIÓN	SIGNIFICADO
Elementos tangibles (ET)	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación.
Fiabilidad (FI)	Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa.
Capacidad de respuesta (CR)	Deseo de ayudar al cliente de servirles de forma rápida.
Seguridad (SE)	Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados así como su habilidad para transmitir confianza al cliente.
Empatía (EM)	Atención individualizada al cliente.

Las cinco dimensiones mencionadas fueron posteriormente desglosadas por sus autores en 22 ítems al que llamaron el Modelo SERVQUAL modificado.

Este modelo y su metodología de aplicación pueden adaptarse y aplicarse a distintos tipos de servicios, siempre y cuando a los ajustes realizados se les determine la confiabilidad. Los resultados obtenidos permiten identificar y priorizar las categorías donde deberán implementarse acciones de mejora Mejías (2005)

El modelo SERVQUALING, es el más usado y aceptado para la medición de la calidad de los servicios en el cual solo se mide la percepción de los mismos recibido como anteriormente se comentó. Se seleccionará una muestra aleatoria para los pacientes y/o usuarios, quienes responderán los 22 ítems que comprende el instrumento.

Para poder determinar la fiabilidad del constructo, calidad de servicio proporcionado por SERVQUALING, se utilizará el coeficiente Alpha de Cronbach, para las percepciones.

El Instrumento

Está dividido en dos secciones, cada sección tiene una breve explicación respecto de cómo responderla.

En la sección I se encuentra la información relativa a los aspectos generales de los usuarios o pacientes.

En la sección II se utiliza un formato de dos columnas:

La primera contiene los ítems; la segunda la escala para determinar la percepción de los usuarios o pacientes de cómo perciben el servicio que reciben.

Las percepciones del servicio se medirán en una escala de Likert de 1 a 5 (Cuadro 3)

PUNTUACION: Escala Likert	
1	Muy malo
2	Malo
3	Regular
4	Bueno
5	Excelente

Cuadro 3. Puntuación Likert para las encuestas aplicadas a los usuarios o pacientes. Las cinco dimensiones de la calidad del servicio son las siguientes:

1.- ET.-Elementos Tangibles

Estado de las instalaciones, la funcionalidad del equipamiento y la apariencia de materiales impresos.

2.- FI.-Fiabilidad

La capacidad de los Hospitales PyMES para proveer servicios de confianza e información correcta.

3.- CR.-Capacidad de respuesta

La voluntad del personal para ayudar a los usuarios o pacientes de forma eficiente y eficaz.

4.- SE.-Seguridad y Confianza

El conocimiento y cortesía de todos los representantes del hospital (especialmente personal administrativo).

5.- EM.-Empatía

La atención personalizada dispensada a sus usuarios o pacientes.

Adaptación de servqual

La organización y el lenguaje de este instrumento se adaptaron del original de SERVQUAL, para que pudieran reflejar el ambiente de la calidad del servicio en hospitales y servir al objetivo de este estudio.

Los 22 ítems se elaboraron a partir de algunos conceptos fundamentales para la prestación de la calidad del servicio, tales como: disponibilidad para ayudar, registros y documentos, servicios de la institución, horarios e instalaciones.

A continuación se presenta un listado de los ítems que conforman el instrumento, agrupados por dimensión para facilitar su análisis:

Dimensión: Elementos Tangibles (ET)

ET-1. El hospital posee moderno equipamiento y adecuadas instalaciones.

ET-2. El hospital posee tecnología reciente (computadoras, sistemas informáticos, impresoras, tablets).

ET-3. Los materiales respecto al hospital (registro de pacientes, señalización, anuncios, etc.) son visualmente atractivos.

ET-4. Los empleados del hospital tienen una apariencia pulcra.

Dimensión: Fiabilidad (FI)

FI-5. Cuando el personal del hospital promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.

FI-6. Cuando el usuario tiene un problema el personal del hospital muestra interés por ayudarlo.

FI-7. El hospital brinda desde la primera vez, un buen servicio.

FI-8. El hospital ofrece los servicios en el tiempo prometido.

FI-9. En el hospital se empeñan en no cometer errores.

Dimensión: Capacidad de respuesta (CR)

CR-10 El personal administrativo le comunica al usuario cuándo concluirá el trámite de cualquier documento o servicio solicitado.

CR-11 El personal administrativo le ofrece al usuario los servicios en un tiempo razonablemente corto.

CR-12 El personal administrativo siempre está dispuesto a ayudar al usuario.

CR-13 El personal administrativo nunca está demasiado ocupado para responder las inquietudes de los usuarios.

Dimensión: Seguridad (SE)

SE-14 El personal administrativo inspira confianza a los usuarios.

SE-15 El personal administrativo cumple con la entrega de documentos y trámites a tiempo.

SE-16 El personal administrativo es siempre amable con los usuarios.

SE-17 El personal administrativo está capacitado para responder de forma adecuada las preguntas de los usuarios.

Dimensión: Empatía (EM)

EM-18 El personal administrativo ofrece una atención personalizada a los usuarios.

EM-19 El hospital tiene horarios de atención convenientes para los usuarios.

EM-20 El hospital cuenta con personal suficiente para ofrecer una atención personalizada a los usuarios.

EM-21 El personal del hospital se preocupa por los intereses de los usuarios.

EM-22 El personal administrativo comprende las necesidades de los usuarios.

Análisis de los probables resultados

Para utilizar este instrumento de medición de la calidad, primero se corroborará la fiabilidad del mismo en forma global utilizando el Alpha de Cronbach, que está orientada hacia la consistencia interna de una prueba, para valores inferiores a 0.6 se considera una baja fiabilidad, entre 0.6 y 0.8 es aceptable y por encima de 0.8 es excelente, Caetano (2003).

Según Carretero y Pérez (2005) el coeficiente Alpha de Cronbach es directamente proporcional al número de preguntas, esto significa que se incrementa cuanto mayor sea el número de ítems considerados.

El Alpha estima el límite inferior del coeficiente de fiabilidad y se expresa como: Ecuación 1 Alpha de Cronbach.

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_{sum}^2} \right)$$

Donde k es el número de ítems de la prueba, S_i^2 es la variancia de los ítems y S_{sum}^2 es la variancia de la prueba total. El coeficiente mide la fiabilidad de la prueba en función de dos términos: el número de ítems (o longitud de la prueba) y la proporción de la variancia 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.

El presente trabajo de investigación se realizará con un enfoque cualitativo y cuantitativo y se apoyará en lo siguiente:

El estudio estadístico consistirá básicamente en elaborar un análisis descriptivo de los datos recogidos dentro del programa SPSS.

Investigación bibliográfica: Se utilizará para el desarrollo del marco teórico, por lo que se recurrirá a consultas bibliográficas y páginas de Internet.

Investigación de campo: Se aplicarán encuestas a 720 pacientes y/o usuarios, obteniendo información relevante para la investigación en 36 hospitales PyMES de los 72 que hay en el Estado de Puebla.

Los pasos realizados han sido:

- a) Análisis del instrumento de medición que sea válido y confiable
- b) Determinación del tamaño de la muestra.

El procedimiento que a continuación se seguirá es:

- c) Aplicar el instrumento de medición.
- d) Construir una herramienta que permita capturar la información con el mismo formato para su posterior manejo; posiblemente un archivo de captura en SPSS.
- e) Analizar e interpretar los resultados obtenidos por este estudio.
- f) Publicar resultados del estudio.

Bibliografía

- Caetano, Alves y Gonzalo,Nuno(2003). *Marketing en los servicios de educación modelos de percepción de calidad.*(Tesis Doctoral Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados). Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/cee/ucm-t26770.pdf> p.341.
- Calidad. Definición del diccionario de la Lengua Española. Recuperado de http://www.diccionarios.com/detalle.php?palabra=calidad&dicc_100=on&Buscar.x=56&Buscar.y=21&dicc_100=on&palabra2=
- Carretero, Hugo y Pérez Cristino(2005). Normas para la revisión y desarrollo de estudios instrumentales. *Journal of clinical and HealthPsychology*, Asociación Española de Psicología Conductual, Vol. 4, No. 34, 521-551.
- Gea,M.,H., Jiménez,M. y Cabrera,A.,Opinión de los usuarios sobre la calidad del servicio de urgencias del Centro Médico Quirúrgico del Hospital Virgen de las Nieves. *Revistade CalidadAsistencial* 16(37), 37-44
- Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*. Wiley India: Pvt. Limited.
- Health Care Criteria for performance Excellence*(2007) Baldrige National Quality Program,National Institute of Standars and Technology,USA,p88
- Hernández,M.,Ochando,A.,Mora,J.,Lorenzo,S., y López,K.(2005) *Satisfacción del paciente en la unidad de Hemodiálisis: Objetivo de calidad Asistencial en*

Enfermería Revista de la Sociedad Española de Enfermería Nefrológica, 8(2), 90-96

Hodson, R. (2001) *Dignity at Work*. USA: Cambridge University Press.

Hospital. Definición del diccionario de la Lengua Española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=hospital>

ISO 9000:2005. *Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario*. 16, Recuperado de http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_9000_2005.pdf

Lambin, J. (1995). *Marketing Estratégico*. Madrid: Mc Graw Hill.

Mejías, A. (2005). Modelo para medir la Calidad del Servicio en los Estudios Universitarios de Postgrado. *Revista Universidad, Ciencia y Tecnología*, Vol. 4, No. 34, 81-85.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 12-40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1991). Repinement and Reasessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, Vol. 67, No. 4, 420-450.

Philip Kotler, G. A. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.

Sangüesa Sánchez, R. M. (2006). *Teoría y práctica de la calidad*. Madrid: Thomson Ediciones Paraninfo, SA. p.171

Servicio. Definición del diccionario de la Lengua Española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=servicio>

Stanton, W. J. (n.d). *Fundamentos de marketing / William J. Stanton, Michael J. Etzel, Bruce J. Walker; tr. Manuel Ortíz Staines*. México: McGraw Hill, 2007.

www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_9000_2005.pdf p.16

Zanfardini, M. (2002). Calidad en hoteles de montaña. *Jornadas Regionales "Desarrollo y Ciencia en Areas de Montaña"*. Neuquén, Argentina: Universidad Nacional del Comahue.

Zeithaml, A. P. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Díaz de Santos.

Bibliografía

- Vázquez Juárez, Patricia, —La calidad de la gestión de capacitación en la incubadora de empresas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Tesis Doctoral Universidad del Desarrollo del Estado de Puebla/ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, 2012.

Anexo

Instrumento a aplicar

Folio_____

La Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, a través de su Facultad de Contaduría Pública, agradece su participación en este estudio, cuyo objetivo fundamental es medir el grado de satisfacción de los usuarios y/o pacientes, de la calidad del servicio proporcionado por los Hospitales PyMES en el Estado de Puebla, para determinar el nivel en el que se encuentran, por lo que lo invitamos a colaborar contestando este instrumento. Así mismo, nos permitimos garantizarle la confidencialidad de la información proporcionada.

SECCIÓN I. PERFIL DEL USUARIO Y/O PACIENTE

Instrucciones: Por favor marque la opción que se ajusta a sus características personales en cada una de las siguientes preguntas:

1. Género: 1) Masculino () 2) Femenino ()	2. Edad entrevistado: 1) Menos de 25 años () 2) De 26 a 35 años () 3) De 36 a 45 años () 4) Más de 45 años ()	3. Escolaridad: 1) Inferior a licenciatura () 2) Licenciatura () 3) Especialidad () 4) Maestría () 5) Doctorado () 6) Posdoctorado ()
--	--	--

4. Servicio solicitado		
1) Consulta externa ()		
2) Urgencias ()		
3) Laboratorio()		
4) Hospitalización ()		
Especifique _____		

SECCIÓN II

INSTRUCCIONES

De acuerdo a su percepción y experiencia como usuario y/o paciente de los servicios hospitalarios califique en una escala del 1 al 5, el recuadro que más se acerque a su respuesta.

1. Muy Malo 2. Malo 3. Regular 4. Bueno 5. Muy Bueno

Concepto	Percepción				
	1	2	3	4	5
ET-1. El hospital posee moderno equipamiento y adecuadas instalaciones	1	2	3	4	5
ET-2. El hospital posee tecnología reciente (computadoras, sistemas informáticos,tablets,etc.)	1	2	3	4	5
ET-3. Los materiales respecto al hospital (registro de pacientes, señalización, anuncios,etc.) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
ET-4. Los empleados del hospital tienen una apariencia aseada y ordenada	1	2	3	4	5
FI-5. Cuando el personal del hospital promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.	1	2	3	4	5
FI-6. Cuando el usuario y/o paciente tiene un problema el personal del hospital muestra interés por ayudarlo.	1	2	3	4	5
FI-7. El hospital brinda desde la primera vez, un buen servicio.	1	2	3	4	5
FI-8. El hospital ofrece los servicios en el tiempo prometido	1	2	3	4	5
FI-9. En el hospital se empeñan en no cometer algún error en el servicio.	1	2	3	4	5
CR-10 El personal administrativo le comunica al paciente y/o usuario cuándo	1	2	3	4	5

concluirá el trámite de cualquier documento o servicio que ha solicitado.					
CR-11 El personal administrativo le ofrece al paciente y/o usuario los servicios en un tiempo razonablemente corto.	1	2	3	4	5
CR-12 El personal administrativo siempre está dispuesto a ayudar al paciente y/o usuario.	1	2	3	4	5
CR-13 El personal administrativo nunca está demasiado ocupado para responder las inquietudes de los pacientes y/o usuarios.	1	2	3	4	5
SE-14 El personal administrativo inspira confianza a los pacientes y/o usuarios.	1	2	3	4	5
SE-15 El personal administrativo cumple con la entrega de documentos y trámites a tiempo.	1	2	3	4	5
SE-16 El personal administrativo es siempre amable con los pacientes y/o usuarios	1	2	3	4	5
SE-17 El personal administrativo está capacitado para responder de forma adecuada las preguntas de los pacientes y/o usuarios.	1	2	3	4	5
EM-18 El personal administrativo ofrece una atención personalizada a los pacientes y/o usuarios.	1	2	3	4	5
EM-19 El hospital tiene horarios de atención convenientes para los pacientes y/o usuarios	1	2	3	4	5
EM-20 El hospital cuenta con personal suficiente para ofrecer una atención personalizada a los pacientes y/o usuarios.	1	2	3	4	5
EM-21 El personal del hospital se preocupa por los intereses de los pacientes y/o usuarios.	1	2	3	4	5
EM-22 El personal administrativo comprende las necesidades de los pacientes y/o usuarios.	1	2	3	4	5
CR-23 El personal médico y de enfermería siempre está dispuesto a ayudar al paciente y/o usuario.	1	2	3	4	5
CR-24 El personal médico y de enfermería nunca está demasiado ocupado para responder las inquietudes de los pacientes y/o usuarios.	1	2	3	4	5
SE-25 El personal médico y de enfermería inspira confianza a los pacientes y/o usuarios.	1	2	3	4	5
EM-26 El personal médico y de enfermería es siempre amable con los pacientes y/o usuarios	1	2	3	4	5
EM-27 El personal médico y de enfermería está capacitado para responder de forma adecuada las preguntas de los pacientes y/o usuarios.	1	2	3	4	5

EM-28 El personal médico y de enfermería comprende las necesidades de los pacientes y/o usuarios.	1	2	3	4	5
ET-29. Confía plenamente en el servicio	1	2	3	4	5
CR-30.El servicio del personal es eficiente.	1	2	3	4	5
EM-31 En términos generales, está satisfecho con el servicio recibido.	1	2	3	4	5
ET-32. Los precios que le cobró el hospital son adecuados.	1	2	3	4	5
ET-23. El precio pagado corresponde a la calidad del servicio brindado por el hospital	1	2	3	4	5

¡Agradecemos su valiosa cooperación!

El gobierno corporativo y la sucesión: dilemas en una empresa familiar

Efraín Olvera Elizalde

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo - Instituto de ciencias económico administrativas

Martín Aubert Hernández Calzada

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo - Instituto de ciencias económico administrativas

Resumen

La presente ponencia nos muestra desde una perspectiva teórica, la visión general de las empresas familiares, analizando características generales de las mismas y profundizando en dos aspectos fundamentales de las mismas, su gobierno corporativo y el proceso de sucesión.

Palabras Clave: Empresa familiar, gobierno corporativo y sucesión.

Introducción

Una empresa familiar se constituye desde su inicio, con la ferviente ilusión de verla crecer y convertirse en un apoyo para la economía de los integrantes de la familia, más sin embargo, en el transcurso de vida de ésta, pueden surgir problemas de manejo y dificultades para designar a la persona que continuará al mando de la empresa.

De acuerdo a la encuesta sobre empresas familiares en 2012, aplicada por Price WaterhouseCoopers (PWC), en México, las empresas familiares continúan siendo una de las fuentes más importantes de empleo, promueven el consumo y contribuyen en gran medida al producto interno bruto. De igual manea, se afirma que las empresas familiares son responsables directas del desarrollo social, generando oportunidades de inclusión en la

sociedad a través de la creación de aproximadamente el 75% de los nuevos empleos y el mantenimiento del 85% de los empleos existentes (MeirayCarvalho, 2013).

Desafortunadamente, las dificultades que surgen con el tiempo, diezman la permanencia de las empresas familiares y un ejemplo claro de esto, es la sucesión, considerado por muchos autores como una de las situaciones más críticas que enfrentan las organizaciones familiares (De Oliveira, Albuquerque, y Pereira, 2012).

Por ello, como lo señalan los analistas, el éxito y supervivencia de las empresas familiares, estriba en la buena estructura administrativa y la implementación de mejores prácticas de gobierno corporativo, la cual permite separar adecuadamente los asuntos familiares de los asuntos institucionales de la empresa (Deloitte, 2011).

Planteamiento del problema

En la actualidad las estadísticas de las empresas familiares mexicanas, en cuanto a su supervivencia, no son alentadoras. Esto se debe a que en este entorno cambiante por la demanda del mercado global, muchas de estas desaparecen en la tercera generación (Deloitte, 2011). Por si fuera poco, aunado al concepto de globalización, las empresas familiares enfrentan retos internos que tienen que ver con su esencia: la sucesión familiar y la creación de estructuras de gobierno corporativo apropiadas (PWC, 2012).

La idea de una estructura de gobierno corporativo apropiada, se fortalece en un artículo divulgado por el Colegio de Contadores Públicos de México (CCPM), en el cual mencionan que la experiencia internacional ha demostrado que entre mayor transparencia e

información existe, mayor será la confianza y, para ello, es necesaria la correcta aplicación del gobierno corporativo en las empresas familiares (Ayala, 2010).

Por otra parte, una vasta literatura acerca de las empresas familiares está enmarcada en el tema de la sucesión. Esto se debe a los diferentes conflictos que se pueden presentar en la familia cuando el tema es abordado (Andrade, 2002).

Esta ponencia tiene como objetivo mostrar desde una perspectiva teórica, la visión general de las empresas familiares, el gobierno corporativo y la sucesión y trata de profundizar en el aspecto del gobierno corporativo como una herramienta facilitadora en el proceso de la sucesión en las empresas.

Justificación

La importancia de estudiar una empresa familiar, radica en que es una de los tipos de empresa que más aporta al sector productivo (Ganga & Vera, 2008). Por otra parte, el valor del gobierno corporativo, reside en la posibilidad de convertirse en un elemento fundamental para lograr la estabilidad y crecimiento de la empresa en la actualidad (Gózales y Sosa, 2004). Ya que sin una estructura de gobierno corporativo, los administradores tendrían libertad para tomar decisiones de su propio interés, pero no necesariamente del interés de la empresa. El gobierno corporativo mantiene en jaque a los administradores mediante la limitación de su poder y, a menudo, mediante la vinculación de su salario al desempeño de la empresa (Ganga & Vera, 2008).

Con lo que se refiere a la sucesión, debido a ser un acontecimiento inevitable y drástico que condiciona el futuro de las empresas, tiene gran relevancia en la vida de las empresas (Araya, 2012).

La empresa familiar

Antecedentes y definición

Las empresas familiares son las organizaciones económicas más antiguas de la historia de la humanidad. Su origen más remoto está inscrito en el seno de la familia, ya que los procesos productivos, distributivos y asignativos fueron originalmente una actividad familiar, desde que nuestros ancestros comenzaron a canjear un producto por otro, o cuando la esposa e hijos ayudaban a recoger las cosechas. (Gaona, et al., 2014). Este concepto es apoyado por Medina, et al., (2014), cuando menciona que el núcleo familiar es una de las primeras instituciones desarrolladas por el hombre, misma que ha venido transformándose desde los primeros momentos que tuvo conciencia.

En el mundo empresarial, esta forma de organización empresarial muestra características particulares que merecen especial atención, no solo por su singular estilo gerencial, sino también por la importante participación que este tipo de negocio tiene en la economía de algunos países (Omaña y Briceño, 2013).

La empresa familiar es una realidad que responde a una necesidad del ser humano y que nunca desaparecerá, porque nace en la familia y es beneficiada, pero tanto la familia como la empresa evolucionan de acuerdo a etapas, ciclos de vida y retos (Gaona, et al., 2014).De

esta manera, la familia se ha convertido en un tema de análisis para explicar los procesos de industrialización y crecimiento económico en las sociedades (Medina et al., 2014).

Dentro de la conceptualización, Andrade (2002) nos menciona que la definición de empresa familiar implica una serie de valores difíciles de cuantificar. Que las empresas familiares se caracterizan principalmente por el estrecho nexo cultural y tradicional que existe con la familia que las dirige. Pero para poder establecer criterios, utilizaremos la definición de Carsrud (1996), citado en Casillas, et al., (2010), la cual menciona que una empresa familiar es aquella en la cual la propiedad y las decisiones están dominadas por los miembros de un grupo de afinidad colectiva.

Son considerados en la mayoría de las definiciones sobre empresas familiares y que sirven para delimitarlas, tres aspectos generales. Gallo (1995), citado en Omaña y Briceño (2013), también coincide con dichos aspectos, los cuales son:

- a.* La propiedad y control sobre la empresa; en relación con este aspecto, puede citarse el porcentaje de participación en el capital perteneciente a una familia.
 - b.* El poder que la familia ejerce sobre la empresa, normalmente por el trabajo desempeñado por algunos de los miembros de la familia, es decir, la realización de funciones de alta gerencia en la empresa, específicamente la dirección general.
 - c.* La intención de transferir la empresa a generaciones venideras, es decir, mantener en el futuro la participación de la familia en la empresa.
- (Omaña, y Briceño, 2013).

Desde un punto de vista más real, podemos mencionara que una empresa familiar, por lo general, comienza como una aventura, no como un negocio estructurado donde los propietarios se dedican a convertir sus sueños en una realidad (Andrade, 2002).

Ventajas y Desventajas de las empresas familiares

Este tipo de negocio tiene a su favor importantes ventajas como: la agilidad y velocidad para la toma de decisiones, los valores familiares en los que basan su administración, la continuidad de sus operaciones y una visión a largo plazo (PWC, 2012).

Desafortunadamente entre las principales desventajas que las empresas familiares enfrentan están: el acceso al capital en igualdad de condición que empresas más grandes o públicas, los conflictos familiares y la falta de reglas claras para los familiares que trabajan en la empresa, la atracción y retención de talento con las habilidades y experiencias necesarias en los negocios, la falta de un plan de sucesión bien estructurado que ofrezca certidumbre tanto a los familiares que trabajan en la empresa como a los empleados no familiares, y la falta de visión de algunos socios de mayor edad (PWC, 2011).

Podemos destacar que dentro de sus diferencias, en las empresas familiares la mayoría de la energía, dinero y personas provienen de un grupo, cuya principal característica es la relación afectiva que mantienen entre sí, en tanto que, las empresas no familiares, se crean a partir de un plan de negocios que se le presenta a un grupo de accionistas, relacionados entre sí por cuestiones financieras, y es ese mismo plan el que se encarga de aportar el capital necesario para su creación. (Andrade, 2002).

Motivos de conflictos entre familiares

Los conflictos entre familiares en el entorno empresarial, surgen de la interacción que tienen con el negocio y de la percepción de equidad entre sus miembros sobre sus derechos y obligaciones. La participación de familiares en la operación y una compensación justa acorde a su contribución, la asignación de roles y responsabilidades en base a sus competencias y las decisiones sobre la estrategia y el futuro del negocio, son por lo general algunos de los aspectos que generan conflictos (PWC, 2011).

Mecanismos para mitigar conflictos familiares

Existen múltiples formas de mitigar posibles conflictos familiares dentro de la empresa, como acuerdos de accionistas, provisiones para el ingreso y salida de familiares a la empresa, procesos formales para la evaluación de desempeño, diseño de esquemas de compensación, entre otros. Asimismo, la difusión y entendimiento total por los integrantes de la familia de los acuerdos, y/o implementación de un protocolo familiar, documento en el que se plasman los acuerdos entre familiares-socios actuales o previsibles en el futuro con la finalidad de regular la organización y gestión de la misma, así como las relaciones entre la familia, la empresa, el patrimonio familiar y sus sostenibilidad en el tiempo (PWC, 2011).

El directorio y las gerencias

Un aspecto clave de la estabilidad de la empresa es el Directorio. Pero más allá de simplemente tener un Directorio que periódicamente se reúna a revisar los resultados, es contar con uno que trascienda y marque pautas valiosas para el crecimiento del negocio.

Como hemos visto, la compensación familiar y las funciones que desempeñan los familiares son los temas de conflicto en las familias. A pesar de ello, encontramos que en el 82% de las empresas, las gerencias son cubiertas por familiares, lo que sin un protocolo familiar establecido podría dejar abierta la posibilidad de seguir incorporando familiares sin las competencias requeridas e impactar en la eficiencia de las operaciones y planes de negocio (PWC, 2011).

Gobierno corporativo

Conceptualización

La institucionalización es el proceso mediante el cual la empresa empieza a adoptar una serie de prácticas que la lleven a convertirse en una entidad profesional, plural, con objetivos claros, transparente y justa para sus accionistas y sociedad en general. Parte de este proceso, es el establecimiento de mecanismos de buen gobierno corporativo, como sistema mediante el cual las empresas son dirigidas y controladas para contribuir a la efectividad y rendimiento de la organización (PWC, 2011).

Entre los autores más citados que intentan dar una definición de gobierno corporativo, tenemos a Shleifer y Vishny, quienes sostienen que el gobierno de las empresas tiene que ver con los medios a través de los cuales, quienes proporcionan fondos financieros se aseguran una retribución adecuada a sus inversiones. Complementariamente se puede indicar, que el gobierno corporativo se vincula necesariamente con las políticas que regulan los derechos de los accionistas y las responsabilidades de los consejos de administración, sin dejar de lado la relación de la empresa con la sociedad (Ganga, et al., 2008).

De igual manera, encontramos otras definiciones que ayudan a comprender el tema como la de Flores y Rozas (2008), donde menciona el que gobierno corporativo es el sistema por el cual las sociedades son dirigidas y controladas. Que la estructura del gobierno corporativo especifica la distribución de los derechos y responsabilidades entre los diferentes participantes de la sociedad, tales como el directorio, los gerentes, los accionistas y otros agentes económicos que mantengan algún interés en la empresa, y que, el gobierno corporativo también provee la estructura a través de la cual se establecen los objetivos de la empresa, los medios para alcanzar estos objetivos, así como la forma de hacer un seguimiento a su desempeño (Flores y Rozas, 2008).

También es definido, por instituciones financieras, como el conjunto de prácticas, procesos y sistemas para dirigir una empresa. Que regula la relación a nivel de accionista, junta directiva y alta gerencia, y que regula las relaciones de la empresa con los grupos de interés (Banco internacional de desarrollo y la bolsa de valores de Colombia, 2009).

Al analizar más en detalle este tema, existen autores que sostienen que la información existente sobre gobierno corporativo, ha centrado tradicionalmente su atención en las relaciones contractuales entre aportantes de fondos (propietarios y acreedores) y dirección. (Ganga, et al., 2008).

El planteamiento que subyace bajo esta relación, es que una mayor eficacia en la supervisión y el control de la dirección, llevada a cabo a través de diferentes mecanismos de gobierno, supondrá una reducción de costos que, en definitiva redundará en un mayor valor de la entidad. Esta óptica analítica tiene bastante lógica, toda vez que en ella pueden

incluirse aspectos tan esenciales como el papel que juegan los directivos como pieza central de las relaciones contractuales, como influye la estructura de propiedad en el control de las actuaciones directivas, como afecta el diseño de los órganos de gobierno a la supervisión y resolución de conflicto, o más recientemente, si es factible repartir los derechos de decisión y control entre diferentes partícipes dentro del consejo de administración (Ganga, et al., 2008).

Beneficios del Gobierno corporativo

El gobierno corporativo favorece una mayor transparencia del negocio, logrando así la confianza de sus grupos de interés. Esta claridad es desarrollada por la mejora del acceso a los mercados de capital y finanzas. El aumento de capital también es más fácil gracias al apoyo que la empresa recibe de sus grupos de interés. La diversificación de activos a través de fusiones y adquisiciones se hace más fácil con una empresa que tiene un buen gobierno corporativo. Las prácticas fomentan un sistema de control interno, lo que a su vez conduce a mejores márgenes de ganancia. Por lo tanto, para una empresa, sus iniciativas hacen que sea posible atraer a los inversores de rentas variables. El valor social de la empresa se incrementa mediante la adopción de buenas prácticas. Si dos compañías tienen registros financieros comparables, los inversionistas institucionales prefieren invertir en la que ha demostrado una trayectoria probada como una empresa bien dirigida (Ganga, et al., 2008).

Las buenas iniciativas del gobierno corporativo pueden ayudar a la junta de control y gestión a actuar sobre los objetivos que se encuentran en el mejor interés de la empresa y sus actores. Los accionistas también tienen una mayor seguridad en las inversiones que han hecho a causa de la transparencia y el acceso a los detalles de la inversión. Además, están

mejor informados sobre todas las decisiones importantes de la gestión, tales como la venta de activos y las enmiendas a los artículos (Beneficios del gobierno corporativo, 2013).

Si un país tiene una gran reputación por sus fuertes prácticas de gobierno, esto conduce a una mayor confianza en los inversores, que a su vez conduce a un buen flujo de capital. La presentación de informes y las normas contables adoptadas por el país son también un factor importante para atraer inversiones. Por lo tanto, las buenas prácticas de gobierno corporativo pueden ser beneficiosas para la economía nacional de cualquier país (Ganga, et al., 2008).

Por otro lado se menciona que las empresas con buenos modelos de gobierno corporativo tienen un mejor desempeño debido a que sus directivos están más inclinados a tomar decisiones que favorezcan a la empresa. También tienden a tener mayores precios de las acciones porque los inversores se sienten más seguros que pueden controlar la empresa. Las empresas con buenos modelos de gobierno corporativo también son más fáciles que atraigan financiación, puesto que se perciben como más responsables (Beneficios del gobierno corporativo, 2013).

El buen gobierno corporativo

En términos generales, el buen gobierno corporativo puede entenderse como la práctica de una filosofía corporativa, amparada en procesos apropiados, que permiten a los interesados de una organización, medir y evaluar los propósitos, los riesgos y las oportunidad es que se presentan a una compañía. Un buen gobierno corporativo posibilita un uso eficiente de los recursos aportados, al estimular la confianza entre los involucrados. Además, asegura que las empresas consideren los intereses de una amplia gama de componentes y delas

comunidades con las cuales operan, con lo cual contribuye efectivamente al bienestar de la sociedad donde están insertas. (Ganga, et al., 2008).

Entendiendo al gobierno de la empresa, como la relación que establece la compañía con sus dueños o accionistas, así como con la sociedad en general, es válido manifestar la necesidad de que estos se conduzcan bajo la observancia ineludible de la transparencia, la equidad corporativa y el cumplimiento de una serie de responsabilidades éticas dentro de la organización. En otras palabras, el buen gobierno corporativo se materializa cuando este puede impedir o solucionar los conflictos de intereses que surgen entre los administradores y los accionistas; pero para ello es básico plantearse un modelo integral de dirección ética, donde el pilar fundamental sea la cultura empresarial (Ganga, et al., 2008).

Estudio en México

Un estudio realizado en una población objeto de análisis constituida por las 587 empresas inscritas en la Cámara de Industria y Comercio del estado de Mérida ubicadas en el municipio de Libertador en diciembre de 2009, informa que del total de población analizada, el 72 % de las empresas son de carácter familiar. De este porcentaje solo el 26% Asamblea General de Accionistas, 8% cuenta con un Consejo de Administración, el 4% dice no poseer ningún órgano de gobierno. Corroborando así que la gran proporción de empresas en el mundo de los negocios, esta conformada por familias o dirigidas por estas. Y de igual forma refleja la carencia de órganos de gobierno apropiados en las empresas familiares (Omaña y Briceño, 2013)

La sucesión

Generalidades

Se comenta que la empresa familiar es la figura empresarial dominante en la estructura económica de la mayoría de los países occidentales; está ampliamente documentado entre los historiadores económicos que la rápida formación de nuevas empresas familiares proporcionó un dinamismo vital durante las fases iniciales de la modernización industrial de los países desarrollados (Medina et al., 2014).

Generalmente estas empresas inician con el fundador para atender una necesidad del mercado, quien ve en dicha necesidad una oportunidad de empezar un negocio, el fundador inicia la empresa familiar en forma modesta por carecer de suficientes recursos, en esta primera etapa la empresa depende totalmente del fundador para sobrevivir, este ciclo es cuando la mayoría de los negocios pequeños mueren. (Gaona, et al., 2014).

Debido a esto, investigadores han intentado explorar las razones para que los negocios familiares fracasen, la mayoría de ellos se han centrado en el tema de la sucesión, otros en relación al tema de la herencia y cómo ello está relacionado al negocio familiar, otros han estudiado el punto álgido de que algunos familiares se unan para tomar el control de la empresa (Andrade, 2002).

Conceptualización

La sucesión es entendida como el proceso durante el cual el control gerencial del negocio es transferido de una generación a la próxima. (Andrade, 2002). Por otra parte, Casillas et al. (2005) entienden la sucesión familiar como un proceso que finaliza con la transmisión del poder de decisión y de la propiedad a la siguiente generación, siendo este uno de los

procesos más importantes y a la vez más críticos que debe emprender una empresa familiar para garantizar su continuidad. (Omaña, y Briceño, 2013).

La idea de dejar el negocio a uno de los herederos es entendida de diversas formas en cada grupo familiar y se piensa que el negocio familiar es aquella empresa cuyos dueños son parte de la misma familia, y que se caracteriza porque es transferido de generación en generación a algún familiar, por lo general a través de una sucesión (Andrade, 2002).

Problemática

La sucesión no es vista como algo necesario o urgente, puesto que, mientras se busca el éxito y se consolida el negocio, se configura y desarrolla un verdadero espíritu de empresa familiar que incentiva el compromiso de sus miembros por mantenerse activos en la actividad operativa de corto plazo, olvidando la necesidad de planificar la sucesión. (Andrade C., 2002).

Pero hay que tener en mente que cuando llega el tiempo óptimo para la sucesión y el fundador o dirigente no acepta su salida, esto puede llevar al estancamiento o desmotivación de los directivos y además a que la empresa no se adapte a los cambios que se suceden con el tiempo, de manera que puede llegar a desaparecer (Medina et al., 2014).

También hay entender que la sucesión implica atender varios asuntos a la vez: el proceso y los principios que hacen de la continuidad de la empresa un valor central de la familia; el liderazgo y su desarrollo sano dentro de la familia y de la empresa; el plan de largo plazo (estrategia); la decisión de que sucesivas generaciones tomarán el mando con autoridad y

emprenderán cambios de rumbo; la apertura a personas externas que contribuyan como administradores o nuevos socios de la empresa (Ogliastri, 2011).

Una de las posibles soluciones para evitar o disminuir los conflictos que se dan en el traspaso del negocio a la siguiente generación, es la de establecer un plan de sucesión que sirva de transición suave de una generación a la siguiente (Andrade, 2002). Pero si los fundadores de las empresas no logran sobrevivir a una transición hacia la siguiente generación deberán considerar al menos una de las siguientes opciones: cerrar el negocio, vender el negocio a gente externa o a sus propios empleados o retener la propiedad pero contratando la gerencia en forma externa. (Andrade, 2002).

Futuro sucesor de empresa familiar

Es común que el fundador de una empresa familiar quiera poner en un puesto de relevancia a sus hijos en la empresa. Ve con indisimulado orgullo cómo el —nene o nenal ya está en la posición de gerente general e incluso muchas veces hace ostentación de ello. El hijo o hija puede tener grandes cualidades, pero si no se lo prepara adecuadamente para el cargo, probablemente la historia no termine bien. (Folle, 2012).

Por lo general entre los 25 y 35 años de edad, el sucesor necesitará cultivar las habilidades empresariales que establecen las bases de su futuro liderazgo, por lo que se necesita un plan de desarrollo personal (Gaona, et al., 2014).

Como lo habíamos mencionado, la mayoría de las empresas familiares modernas no se da prioridad al desarrollo de los líderes futuros, aun cuando deseen la continuidad, pocos fundadores preparan adecuadamente a sus sucesores, por el contrario algunos adoptan

diferentes prácticas que rara vez capacitan al sucesor para los retos que le depara el futuro en la dirección de la empresa familiar (Aronoff, Ward, & Rosas, 2000), por ello la importancia de que el sucesor dedique tiempo suficiente en aprender la historia de la empresa familiar, concentrarse en las cuestiones estratégicas, en hechos fundamentales y bases para la toma de ciertas decisiones (Gaona, et al., 2014).

El principal aspecto, es identificar a la persona sucesora, conocer su entorno, como clave de alto potencial para asumir la responsabilidad, ya que el sucesor debe contar con el perfil, liderazgo y capacidad para cumplir con el cometido de la empresa familiar que es: desarrollo y subsistencia de la familia y la empresa (Gaona, et al., 2014).

Aun cuando el pasar, de una generación a la siguiente, sin causar traumas o conflictos que se transfieran a la familia; cuando cada uno de los miembros tiene un futuro único y común por qué luchar; cuando se aceptan y se toleran como miembros de una familia que deciden sobre un negocio que debe proyectarse al futuro, y además cuando ese futuro es compartido por todos los miembros que en ella participan, fortalece al negocio como empresa familiar (Andrade, 2002), el fundador simplemente puede eludir el planteamiento de la sucesión, al adoptar la opción de —no hacer nada— la que es considerada la más costosa y destructiva de todas las opciones, pero es la más difundida (Gaona, et al., 2014).

Preparación del Sucesor

Si la empresa familiar quiere sobrevivir, y pasar con éxito a la siguiente generación, ha de planificar la sucesión y ha de organizar y regular las relaciones de la familia-empresa, separando ambos ámbitos de actuación, a fin de que el uno no interfiera con el otro de

manera negativa (Andrade, 2002) y para asegurar la continuidad de la misma hay que educar adecuadamente a los sucesores, inculcando valores y actitudes. La relación entre el padre y el hijo, es el mejor sistema de educación (Gaona, et al., 2014).

La figura del fundador influye de manera compleja y singular en el desarrollo emocional e intelectual de los hijos, para lo cual existen elementos esenciales que este debe transmitir con equilibrio, como son: amor, ejemplo de sus padres, inculcar valores y la disciplina que es fundamental para que el sucesor se convierta en persona de bien. Estos elementos ayudan a desarrollar una sana autoestima que contribuye a su seguridad. (Gaona, et al., 2014).

La formación del futuro sucesor es un proceso de toda la vida, el fundador debe involucrar a sus hijos en sus empresas de acuerdo a su capacidad y edad desde que los hijos tienen conciencia, los padres deben transmitir los valores integrales, prepararlos con responsabilidad para el futuro de la empresa familiar (Gaona, et al., 2014).

Características para Identificar al sucesor

Identificar al sucesor es un proceso que implica una serie de aspectos los cuales se desarrollan gradualmente, el fundador debe conocer el perfil deseado del sucesor, que sea capaz de enfrentar las necesidades de la empresa y exigencias de la familia. Para el sucesor es esencial cultivar estas habilidades: Liderazgo, aceptación del cargo, formación, involucrarse en la empresa, adquirir experiencia fuera de la empresa, involucrar a todos en sus objetivos, comunicación, planeación, organización, solución de problemas y toma de decisiones (Gaona, et al., 2014).

Conclusiones

En efecto, es comprobable que en México la mayor población de empresa es de carácter familiar y que, la mayoría, carece de procesos de sucesión o de órganos de gobierno reguladores de estos, que les permita trascender a las empresas.

De igual manera, podemos aseverar que la sucesión es una de las etapas más difíciles en una Compañía, pero a su vez, los procesos de sucesión se convierten en la piedra angular de la supervivencia de las empresas familiares, afirmando que la importancia de la sucesión radica principalmente en no perder la continuidad de la empresa y que, desafortunadamente en México no se encuentran sistematizados procedimientos y herramientas para apoyar a los empresarios.

Por otra parte, el uso del gobierno corporativo posibilita un uso eficiente de los recursos aportados, al estimular la confianza entre los involucrados y permite que los objetivos empresariales sean cumplidos, dejando a un lado los objetivos personales de socios o accionistas.

Por lo tanto, y debido a que una gran parte de la economía en México esta sostenida por empresas familiares, es necesario implementar alguna herramienta que permita a las empresas familiares adoptar órganos de gobierno apropiados, que regulen el actuar de la empresa, permitiendo que eventos como la sucesión, sean tramites sencillos y ya establecidos. Con esto, podría verse disminuido el porcentaje de empresas que desaparecen al paso de las generaciones.

Bibliografía

- Andrade, C. (2002). Sucesión en la empresa familiar: Su futuro cuando la muerte se acerca. *Revista Venezolana de Gerencia*, julio-noviembre, 375-389. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29001903>
- Araya, A. (2012). El proceso de sucesión en la empresa familiar y su impacto en la organización. Recuperado el 25 de febrero del 2014 de: https://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4004912.pdf&ei=03wZVOumCac8QH8i4HwBw&usg=AFQjCNEe2XGN9Ae8-x5M3zcaEIoyTV2GJg&sig2=Aeza_PHB79u560jDW3Mfuw
- Ayala, P.(2010). Importancia de un buen gobierno corporativo en las empresas. Colegio de Contadores Públicos de México. Concurso de ensayo Universitario —Carlos Pérez del Torol. Recuperado el 15 de abril del 2014 de: http://www.ccpm.org.mx/veritas/marzo2011/images/ensayos_images/ENSAYOS%20GANADORES%20PDF/%20Paulina%20Ayala%20Navarrete.pdf
- Banco internacional de desarrollo y la bolsa de valores de Colombia.(2009). Gobierno corporativo
- Beneficios del gobierno corporativo. (2013). Recuperado el 26 de agosto del 13 de: http://www.ehowen espanol.com/cuales-son-beneficios-del-gobierno-corporativo-lista_94155/
- Casillas, J., Díaz, C. y Vázquez, A. (2010). La gestión de la empresa familiar.
- De Andrés, P. y Santamaría, M. (2010). Un paseo por el concepto de gobierno corporativo. Recuperado el 14 de marzo del 2014 de: http://web.uam.es/personal_pdi/economicas/paalonso/Archivos/AndresSantamariaRSE2010.pdf
- Deloitte México. (2011). Estructurando el crecimiento de las empresas familiares. Recuperado el 19 de septiembre del 2013 de: http://www.Deloitte.com/view/es_MX/mx/servicios/ers/grr/gobcorp/.htm
- Deloitte México. (2012). Modelo Institucional en la Empresa Familiar. Recuperado el 19 de septiembre del 2013 de: http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Mexico/Local%20Assets/Documents/1.%20Organos_institucionales.pdf

- De Oliveira, J., Albuquerque, A., y Pereira, R. (2012). Governança, Sucessão e Profissionalização em uma Empresa Familiar: (re)arranjando o lugar da família multigeracional. (Portuguese). *Revista Brasileira De Gestao de Negócios*. Recuperado el 7 de septiembre del 2014 de: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=28&sid=2281eefe-aa46-42bda01c495cd5a90b36%40sessionmgr4002&hid=4207&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=bth&AN=79433881>
- Echaiz Moreno, Daniel. (2010). El protocolo familiar. La contractualización en las familias empresarias para la gestión de las empresas familiares. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, XLIII Enero-Abril, 101-130.
- Flores, J. V. y Rozas, A. E. (2008). El gobierno corporativo: un enfoque moderno «Un gobierno corporativo pobre introduce factores de riesgo. Un buen gobierno corporativo reduce el riesgo»
- Folle, C. (2012). Las trampas profundas en las empresas familiares. (Spanish). *Revista de antiguos alumnos de IEEM*. Recuperado el día 23 de julio del 2014 de: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=33&sid=2281eefe-aa46-42bda01c495cd5a90b36%40sessionmgr4002&hid=4207&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=zbh&AN=83134355>
- Ganga, F. A. (2004). Gobierno corporativo y teoría de agencia: el caso de universidades regionales chilenas
- Ganga, F. A. y Vera, J. R. (2008). El gobierno corporativo: consideraciones y cimientos teóricos.
- Gaona, L., De la Garza, S., y Hernández, R. (2014). El sucesor, figura clave en el éxito de la empresa familiar. (spanish). *Revista Internacional Administración y Finanzas*. (RIAF). Recuperado el 17 de julio del 2014 de: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=cf039fdb-8573-4349-bfe3-37f2911c934c%40sessionmgr4001&vid=0&hid=4207&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=bth&AN=90152326>

- Gózales, M. y Sosa, V. (2004). El Gobierno Corporativo y la viabilidad de su aplicación en las empresas privadas mexicanas. Universidad de las Américas Puebla Escuela de Negocios. Departamento de Contaduría y Finanzas. Recuperado el 13 de enero 2014 de: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ladi/gonzalez_p_mi/capitulo3pdf
- Medina, M., González, I., Huitrón, R., Guerrero, L., y Olivares, M. (2014). Análisis de los procesos de sucesión en empresas familiares en México: Su evaluación con la herramienta -successionscorecard. (spanish). Global Conference On Business & Finance Proceedings. Recuperado el 12 de agosto del 2014 de: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=26&sid=2281eefe-aa46-42bda01c495cd5a90b36%40sessionmgr4002&hid=4207&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=bth&AN=97164756>
- Meira, R. y Carvalhal, F. (2013). Sucesión y conflictos en empresas familiares. Estudio de casos múltiples en pequeñas empresas hoteleras. Estudios y Perspectivas en Turismo, 854-874. Recuperado el junio 2014 de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180728713003>
- Ogliastri, E. (2011). La sucesión en la empresa familiar. Recuperado el 17 de julio del 2014 en: <http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/?p=886>
- Omaña, L. y Briceño, M. (2013). Gerencia de las empresas familiares y no familiares: análisis comparativo. *Estudios Gerenciales*, 29(128) 293-302. Recuperado el 23 de junio del 2014 de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21229786003>
- PWC México. (2012) Encuestas de empresas familiares. Recuperado el 20 de agosto del 2013 en: <http://www.avui.com>. También disponible en: <http://www.pwc.com/mx/es/encuesta-empresas-familiares>.
- PWC México. (2011). Visión y necesidades de empresas familiares en Perú. Recuperado el 25 de mayo del 2014 en: http://www.aefperu.org/portal/images/pdffiles/PwC-Encuesta_PeruEmpresas_Familiares.

Órganos de gobierno en la empresa familiar en Hidalgo, un estudio de caso en la industria alimentaria

Angélica María Rivera León

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Martin Aubert Hernández Calzada

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen

El presente trabajo aborda el tema de los órganos de gobierno en la empresa familiar, con la intención de dar a conocer la existencia de los elementos que lo integran, específicamente analizando el caso de empresas familiares manufactureras del subsector alimentario, en el estado de Hidalgo. El objetivo es realizar un diagnóstico en ocho empresas familiares del estado de Hidalgo del sector manufacturo a través del levantamiento de información por medio de un instrumento relacionado con el gobierno corporativo y la dirección de la empresa familiar y entrevistas libres, para conocer la configuración de los elementos de la estructura de gobierno corporativo.

Palabras Clave: Empresa familiar, órganos de gobierno, sucesión.

Introducción

El estudio de las empresas familiares es el resultado de la importancia histórica de estas organizaciones partiendo de la evolución experimentada a partir de los cambios sociales, económicos y su importancia en la participación de la vida moderna. Su impacto en el desarrollo social con la división de la propiedad, empresa y familia surgen como modelo

gerencial, el cual ha venido a formar parte de los elementos que integran a las empresas familiares.

Las empresas familiares son mecanismos efectivos en el desarrollo económico, generando puestos de trabajo, seguridad, oportunidad y progreso a los participantes de las mismas y a la estructura económica de los países (Leach, 2010).

En México, el 50% de las empresas familiares se hallan en la transición entre la primera y segunda generación. La mortandad de estas empresas se ubica entre el 75%, y la mayoría están destinadas a desaparecer cuando fallece su fundador, las causas principales son: problemas en su estructura, falta de información en materia legal, problemas en la sucesión, problemas familiares, falta de información en los ámbitos de empresa-familia y la falta de información sobre ciertas guías que pueden ser de ayuda (Trevinyo, 2010).

Ramos (2011), comenta que entre el 65% y 80% de las empresas en el mundo son familiares y que además generan alrededor del 50% del producto interno bruto a nivel mundial. Belausteguigoitia (2012), señala que el 95% de las empresas en México son familiares y de acuerdo con Poza (2011), solo el 30% de estas empresas llegan a la segunda generación.

Weigel (1992), citado en Belausteguigoitia (2012), establece que uno de los conceptos para la supervivencia es el compromiso que tienen las empresas familiares en sus organizaciones, a lo que Allen y Meyer (1990), complementan que los lazos afectivos y morales de las personas hacia sus empresas son de gran importancia, representados en dimensiones de compromisos.

Del Moral (2009), destaca el estudio de los órganos de gobierno dentro de las empresas familiares y lo define como un mecanismo que sirve de guía y contrapeso a la administración, requiere de un apoyo metodológico que asegure la comprensión integral, la definición de alternativas y el seguimiento de condiciones de contribución al negocio, asegurando niveles de confianza, además de garantizar la calidad, oportunidad y la adecuada composición de información sobre las condiciones financieras y operativas de la empresa.

Estudiar a las empresas familiares en el estado de Hidalgo es de gran importancia ya que representan cerca del 80% de unidades económicas (Saavedra, Hernández, Mendoza, Hernández, Jiménez, Navarrete y Vázquez, 2007), además las empresas de la industria manufacturera generan cerca del 25% del PIB estatal, siendo el 11% de unidades económicas del estado (Hernández, 2009).

La problemática que presentan las empresas familiares específicamente las del caso de estudio es que ellas ignoran que existan mecanismos que regulan las prácticas administrativas dentro de la organización, partiendo de la estructura corporativa en los órganos de gobierno, los cuales fortalecerían a las empresas familiares para sobrevivir y permanecer en el tiempo.

El objetivo de la presente investigación es realizar un diagnóstico en ocho empresas familiares del estado de Hidalgo del sector manufacturero a través del levantamiento de información por medio de un instrumento relacionado con el gobierno corporativo y la dirección de la empresa familiar y entrevistas libres, para conocer la configuración de los elementos de la estructura de gobierno corporativo.

La presente ponencia está organizada en cuatro apartados. En la segunda parte llevamos a cabo la revisión de la literatura, incluyendo conceptos de empresa familiar y gobierno corporativo. Posteriormente se presenta el diseño de la investigación. La cuarta parte muestra los resultados de la investigación. Finalmente se exponen las conclusiones y limitaciones.

Marco conceptual

Para poder definir el concepto de empresa familiar, algunos autores dan prioridad a la propiedad, otros a la empresa y muchos otros a la familia, hay quienes además piensan que es significativo el deseo de que la empresa permanezca dentro de la familia. Un aspecto que podría considerarse clave para distinguir a una empresa familiar es la relación de parentesco entre algunos miembros y que en lugar de trabajo comparten valores, creencias y normas de conducta derivados del ambiente familiar (Leach, 2009), cita en Garza (2011).

La empresa familiar

Una empresa es familiar cuando la propiedad y la dirección están concentradas dentro de una unidad familiar, en la que los miembros del grupo se esfuerzan para lograr, mantener y aumentar las relaciones familiares Litz (1995).

A nivel global las empresas familiares tienen dos características, la participación de la familia en la propiedad de la empresa, es decir, el porcentaje de acciones que tiene en la empresa y la participación de la familia en la administración de la empresa, es decir, cuando está involucrada en la dirección, gerencia u operación de la empresa familiar López (2009).

Como todo ente, la empresa familiar presenta fortalezas y debilidades que tienen que ver con su permanencia y desarrollo, de ahí la importancia de reconocer sus características para con ello determinar el papel que juegan sus órganos de gobierno, de acuerdo con la Confederación de Empresarios de Navarra citado en Del Moral (2009), las empresas familiares desarrollan las siguientes fortalezas: dedicación en la empresa, unidad y cohesión del equipo directivo, probabilidad de inversión a largo plazo, conocimiento profundo del producto y del mercado, estabilidad laboral y culturas empresariales más humanas, valiosa capacidad de autofinanciación, y alta capacidad para poder adaptarse a los cambios en el mercado., sin embargo también presentan ciertas debilidades como las mencionadas por Ginebra (1997) citado en Felairan (2005), destacando: el nepotismo, la autocracia, el paternalismo, el anquilosamiento en el cargo, emplear colaboradores que no entorpezcan el liderazgo, resistencia al cambio, resistencia a la apertura accionaria, y por último la manipulación familiar Indefinición estructural.

Gobierno Corporativo

Cada familia empresaria establece sus reglas, órganos y su funcionamiento para dotarse de su propio sistema de gobierno familiar, estas normas y reglas deben servir para constituir hábitos y contenido adecuado de comunicación y así poder lograr una transparencia suficiente que genere un marco de confianza. Las empresas familiares por sus características propias requieren plantear un sistema de gobierno corporativo adecuado, garantizando así la defensa de todos los agentes involucrados en la empresa (Henry, 2009). Negreira (2007), comenta que es importante destacar que en el gobierno corporativo existen tres funciones diferentes, que a continuación se describe: Dirigir: marca la dirección que debe seguir la empresa familiar, controla: es la supervisión de cada una de las actividades

que realiza la dirección de la empresa, en relación a sus objetivos ya planteados y finalmente responder dando cuenta a todo lo realizado a los accionistas miembros de la familia, incluyendo a los agentes externos.

Los modelos de un gobierno corporativo deben de considerar características tales como: la transparencia de todas las actividades, un fuerte monitoreo y balance, el incremento en obligaciones fiduciarias, la aclaración de roles, derechos y responsabilidades para todos los miembros del modelo de los tres círculos que involucran a la familia, propiedad y empresa (Del Moral, 2009).

El Consejo de Familiar

El Consejo de Familia es una estructura permanente y está formado por familiares que se reúnen con cierta periodicidad para debatir los asuntos de la empresa y de la familia, estableciendo políticas y mecanismos, permitiendo así hacer frente a los problemas y retos que pueda tener la empresa (López, 2009).

Gasco (2005), citado en Ramírez, (2011) señala que el consejo de familia juega un papel importante en la empresa familiar por tal motivo tiene las siguientes responsabilidades: Definir la implicación y el compromiso de la familia en la empresa, preparar a los miembros familiares para desenvolverse y actuar en el sistema de gobierno de la organización de una forma adecuada y constructiva y canalizar la transparencia de información en el seno de la familia acerca de los asuntos de la organización de una forma adecuada y constructiva.

El Consejo de Administración

El Consejo de Administración, es el encargado de asesorar a la empresa mediante la revisión de información relevante que facilite la toma de decisiones. El propósito fundamental es velar por el cumplimiento de la misión, visión y objetivos de la empresa (Chiner, 2011).

El consejo de administración está integrado por: consejeros propios; accionistas o representantes de acciones de la empresa, consejeros independientes y consejeros relacionados; que pueden ser directivos, accionistas, empleados, personas con influencia, proveedores importantes, parientes o afinidad de cuarto grado (Del Moran, 2009)

Asamblea de Accionistas

La Asamblea de Accionistas de la empresa familiar es un contexto que permite mezclarse con derecho a voz y voto, tanto a los propietarios como a las personas ajenas a la familia que adquieran acciones en el desarrollo de la empresa (Urrea, 2003).

Belausteguigoitia (2012), señala que los temas a tratar en las reuniones de la Asamblea de Accionistas son las siguientes: giros en que les interesaría ingresar (o evitar), políticas de dividendos, decisiones sobre la posible cotización en la bolsa, diseño del consejo de administración, decisión sobre mantener el control de la empresa en años de la familia, mecanismos de transmisión de acciones, decisiones de carácter estratégico y evaluaciones de los consejos y directores de la empresa.

Asamblea Familiar

Para López (2009), la Asamblea Familiar es la reunión formal en la que se dan cita todos los miembros de la familia propietaria. La Asamblea Familiar suele ser convocada por el

miembro de la familia que tiene posición de dominio en la empresa y este puede ser el director general o el presidente de la empresa de la familia. Este órgano es considerado estrictamente familiar, con carácter decisivo e informativo y es muy útil en una empresa familiar extensa.

Sus objetivos son: Conservar y fortalecer los valores de la familia, apoyar a reforzar la unidad y armonía de la familia, detectar los posibles problemas que pudieran surgir en la familia y podrían tener repercusión en la empresa (Hers, 2008).

Dirección General

La Dirección General de la empresa familiar es la encargada de supervisar que la empresa se maneje de la forma más eficiente posible y que genere óptimos rendimientos para los accionistas (Ceballos, 2005).

Cadbury (2000), citado en Vilaseca, (2008), destaca las ventajas de estructurar una dirección general en la empresa familiar, permitiendo establecer líneas claras de autoridad y responsabilidad, salvaguardar la estabilidad y continuidad de la empresa familiar formulando estrategias empresariales.

Dentro de los órganos de gobierno existen dos elementos importantes que los llevan de la mano para el buen funcionamiento de la estructura de las organizaciones: el Protocolo Familiar y la sucesión.

Protocolo Familiar

El protocolo familiar es un estatus familiar con ciertas reglas, según lo define Amat, (2004).

Para Herrero (2001), citado en Tapies (2011), es un documento normativo que regula las

relaciones profesionales y económica entre la familia y la empresa, con un objetivo principal el asegurar la continuidad de ésta sin perjudicar la convivencia familiar. Para Echaiz (2010), el protocolo familiar tiene siete etapas: la planeación, la consulta, la elaboración, la deliberación, la aprobación, la aplicación y la revisión: planeación: es prácticamente el planteamiento estratégico de la empresa familiar, consulta: involucra a habidos y por haber (familia, directores, gerentes), elaboración: que permite la versión preliminar del protocolo familiar, deliberación: aprobación preliminar, aprobación: versión renovada del protocolo familiar, aplicación: aplicar el contenido del protocolo familiar y revisión: repasar las cláusulas establecidas en el documento.

La Sucesión

Davis (1968), Hoshino (2004), Navarrete (2008; 2009) y Flores (2008; 2010), citados Torren (2006), coinciden al estudiar la sucesión en la empresa familiar en México por el alto grado de porcentaje que existe de empresas de este tipo. Amat (2004), encuentra que solo el 25% al 30% de la empresas familiares logran pasar a la siguiente generación, y entre el 9% y un 15% de la segunda a la tercera generación y tan solo el 6% pasa a la cuarta generación, debido a estos números es importante desarrollar nuevos mecanismos que permitan la permanencia de este tipo de empresas. Otro de los estudios de gobierno corporativo en las empresas familiares destacamos es el de Belausteguigoitia (2012), cuyo propósito es diagnosticar a las empresas sobre los subsistemas empresa, familia y propiedad, por lo que podemos observar que existe un interés por la comunidad científica de profundizar en el tema de gobierno corporativo en la empresa familiar y en el que deseamos aportar nuestros hallazgos para enriquecer los estudios sobre esta materia.

Diseño de la investigación

La presente investigación se realizó a través de una metodología cualitativa desarrollando un estudio de caso en ocho empresas familiares, a través del levantamiento de información por medio de un instrumento diseñado por la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Valencia, mismo que es utilizado en el proyecto de dirección y órganos de gobierno de la empresa familiar en la que interviene el Cuerpo Académico de Administración de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. y entrevistas libres, ambas técnicas, fueron aplicadas a los fundadores y directores de la empresa familiar, durante el periodo comprendido entre los meses de julio de 2011 a noviembre de 2012.

Un estudio de caso es un método de investigación cualitativa que comprende la descripción y análisis detallados del tema, este estudio se caracteriza ya que es un estudio intensivo y profundo de una situación cierta, limitando al objeto de estudio, pero enmarcado en el contexto global. (Barrio, 2004).

El instrumento de levantamiento y las entrevistas libres, se aplicaron personalmente en las empresa familiares a cada uno los fundadores y/o directores generales. Es importante mencionar que se han desarrollado instrumentos de levantamiento similares, utilizados por otros autores como es el caso de Del Moral (2007), para realizar un estudio sobre órganos de gobierno de empresas familiares. Así también Belausteguigoitia (2012), hace referencia sobre un cuestionarioequivalente para poder hacer un breve diagnóstico sobre empresas familiares para conocer sus subsistemas sobre empresa, familia y propiedad, detectando puntos que merecen especial atención dentro de las empresas familiares.

Se eligió el instrumento desarrollado por la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Valencia, debido a que contempla apartados que nos ayudan a conocer la estructura de los órganos de gobierno, como lo son: 1) Forma y actividad de la empresa, 2) Gestión de la empresa, 3) Propiedad actual, 4) Incorporación de familiares a la empresa, 5) Consejo de Administración, 6) Consejo de familia, 7) Patrimonio familiar/Patrimonio empresarial, 8) Sucesión, 9) Transmisión de la propiedad de la empresa, 10) Protocolo Familiar y 11) Datos del encuestado; además, por la ventaja de mostrar en forma más completa la información requerida, que la expresada por otros autores.

Las entrevistas se aplicaron a los directivos de cada empresa familiar, con la intención de profundizar en la información de los temas recabados en el instrumento de recogida, algunas de las preguntas realizadas fueron: ¿Si usted tiene la idea de quien será el sucesor por qué no dejar un documento por escrito? ¿Ya conociendo que existen elementos del gobierno corporativo, por qué no formalizarlo?, ¿De acuerdo a qué criterio realizó la elección del que sería su sucesor? ¿Tiene contemplado heredar en partes iguales a sus hijos la propiedad de la empresa?, ¿Usted dice que tiene una estructura, sin embargo por qué no lo tiene documentada?, ¿Si conoce usted lo que es un protocolo, considera importante realizarlo por escrito?.

La información recabada nos ayudó a diagnosticar a las empresas familiares para poder determinar si estas cuentan con una estructura de gobierno corporativo que les permitirá tener continuidad a través del tiempo. Las empresas familiares específicamente las del caso de estudio presentan la problemática, en la cual ignoran que existan mecanismos que regulan las prácticas administrativas dentro de la organización, partiendo de la estructura

corporativa en los órganos de gobierno, los cuales fortalecerían a las empresas familiares para sobrevivir y permanecer en el tiempo.

Se seleccionó una muestra por conveniencia para realizar este estudio, compuesta por empresas familiares del sector manufacturero debido a la importancia que representa para el estado de Hidalgo (Hernández, 2009), también se eligieron estas empresas por la facilidad que nos brindaron para poder realizar la investigación. Como lo hemos mencionado, el objetivo de la presente investigación es realizar un diagnóstico en ocho empresas familiares del estado de Hidalgo del sector manufacturero a través del levantamiento de información por medio de un instrumento relacionado con el gobierno corporativo y la dirección de la empresa familiar y entrevistas libres, para conocer la configuración de los elementos de la estructura de gobierno corporativo.

En la Tabla 1 se muestran las empresas que fueron estudiadas, mismas que se encuentran ubicadas en los municipios de Pachuca, Tizayuca, Actopan y Chapantongo.

Tabla 1. Características de las empresas familiares seleccionadas

Número	Nombre de la empresa	Sector	Municipio	Generación
E 1	Lácteos, S.A. de C.V.	Manufactura	Pachuca	Segunda
E 2	Catsa, S.A. de R.L.	Manufactura	Tizayuca	Primera
E 3	Latos, S.A. de C.V.	Manufactura	Tizayuca	Primera
E 4	La Quinta, S.A. de C.V.	Manufactura	Actopan	Segunda
E 5	Fermentados y Derivados Lácteos, S.A. de C.V.	Manufactura	Chapantongo	Primera
E 6	D'Lui, S.A. de C.V.	Manufactura	Pachuca	Primera
E 7	El Cisne, S.A. de C.V.	Manufactura	Pachuca	Primera
E 8	La Lavandera, S.A. de C.V.	Manufactura	Pachuca	Primera

Fuente: Elaboración propia

Análisis de los resultados

A continuación presentamos los resultados de los hallazgos más importantes que encontramos en cada empresa familiar.

Lácteos, S.A. de C.V.

Es una empresa grande, fundada en 1940, cuenta con 300 trabajadores y es una de las principales empresas generadoras de trabajo en el estado de Hidalgo. Esta empresa la dirige un profesional que no es accionista y tampoco es familiar. Realiza un presupuesto anual de gastos e ingresos, sus estados financieros se realizan mensualmente, existe un plan estratégico que lo realiza mensualmente, así también cuenta con un comité de dirección. La generación dominante en esta organización es la segunda, el cien por ciento de la propiedad pertenece a la familia. Los accionistas con que cuenta son 12, siendo la segunda generación la que actualmente tiene el dominio. El fundador considera que el hecho de que su empresa sea de carácter familiar limita las posibilidades de crecimiento. Dentro de la compañía existen miembros de la familia que laboran en ella, así como familiares políticos, siendo la dirección general la que se encarga en decidir si algún miembro de la familia se puede integrar a laborar en ella, existiendo normas que regulen la incorporación a esta. Esta empresa cuenta con un consejo de familia que se reúne una vez al año. El fundador desea que su empresa siga siendo familiar en futuras generaciones, los posibles sucesores también lo desean, se ha pensado en quien podría ser el próximo sucesor. Esta compañía cuenta con un protocolo y está firmado por los miembros consanguíneos de la familia considerando este documento extremadamente útil.

Catsa S.A de C.V

Catsa, fundada en la ciudad de Tizayuca Hidalgo en 1976, esta empresa es de tamaño grande cuenta con 160 trabajadores. El gerente de esta empresa es un accionista mayoritario, sus estados financieros se elaboran mensualmente, se realiza un presupuesto anual de ingresos y egresos, llevando una contabilidad analítica, se lleva a cabo también un plan estratégico a mediano plazo. Existe un comité de dirección. La primera generación es la que domina a esta empresa, el cien por ciento de la propiedad pertenece a la familia, más de dos personas que son accionistas laboran en la empresa. Trabajan familiares políticos, para que alguien se incorpore en la integración a la empresa, la decisión la toma la dirección general, realmente no existe una norma que regule quienes podrán incorporarse a la compañía, todos los que llegan a integrarse no tienen el mismo sueldo dependerá de las aptitudes y actividades a desarrollar. Esta empresa cuenta con un consejo de administración, convocados a través de un orden del día, se reúnen una vez al año, levantando un acta tratando asuntos meramente estratégicos de la empresa. Esta empresa también tiene un consejo de familia, reuniéndose una vez al año. El fundador desea que la empresa siga siendo de carácter familiar, pero considera que aún es pronto para hacerlo, aun considerando que si existe quien lo pueda suceder por el momento. Se tiene un protocolo, firmado por los integrantes consanguíneos.

Derivados Latos, S.A. de C.V.

Empresa fundada en 1998, ubicada en la ciudad de Tizayuca Hidalgo. El accionista mayoritario es el director general, el cien por ciento de la propiedad pertenece a la familia. La primera generación es la que domina a esta empresa, existen accionistas que pertenecen a la familia y que laboran en la empresa, también trabajan familiares políticos, la dirección general es la que toma la decisión de incorporar algún miembro de la familia en la empresa,

no todos los familiares que laboran tienen el mismo sueldo. Esta compañía no cuenta con un consejo de administración, pero sí tienen un consejo de familia. El fundador desea que su empresa siga siendo de carácter familiar, pero aún no ha pensado nada, el dueño considera que si tiene una persona que lo pueda suceder. Esta empresa no tiene realizado un protocolo.

La Quinta, S.A. de C.V.

La Quinta es una empresa fundada en 1972, 120 trabajadores, y está ubicada en el municipio de Actopan Hidalgo. El director general es un accionista mayoritario, tienen un comité de dirección, la segunda generación es la que domina en esta compañía y el cien por ciento de la propiedad pertenece a la empresa, en la actualidad los accionistas se encuentran en la segunda generación. Existen personas laborando en la empresa que son de la familia y accionistas, también hay familiares políticos, realmente no existen lineamientos para poder incorporar un familiar a la empresa, los sueldos se basan de acuerdo a sus actividades a desarrollar. El fundador desea que la empresa siga siendo familiar, pero aún no ha pensado nada, pero sí cree contar con una persona que reúna los requisitos para ocupar este puesto. No cuenta con un protocolo.

Fermentados y Derivados Lácteos SA de CV

La empresa Fermentados y Derivados Lácteos, S.A. de C.V., fue creada en 1978 por la familia Zaldívar originaria de Monterrey Nuevo León, cuenta con 94 trabajadores es una empresa mediana. El director general de esta empresa es el accionista mayoritario, la primera generación es la que domina a esta empresa, tiene laborando en la empresa a familiares accionistas y familiares políticos, pero no todos tienen el mismo sueldo, la dirección general es la que toma la última palabra sobre quienes se integran a laborar en la

empresa, no cuenta con un consejo de administración, ni con un protocolo, pero si tienen un consejo de familia, se reúnen una vez al año. El fundador desea que la empresa siga siendo familiar, pero dice que es pronto todavía para hacerlo.

Empresa D`Lui, S.A. de C.V.

Empresa familiar situada en la región de Pachuca Hidalgo, desde el 21 de marzo del 2007. El director general es un familiar accionista no mayoritario, se encuentra en la segunda generación y el cien por ciento de la propiedad es de carácter familiar, todos los miembros de la familia labora en la empresa, pero no todos tienen el mismo sueldo, el director es el que se encarga de decidir quién se incorpora a la empresa, no tiene un consejo de administración ni tampoco cuenta con un protocolo. Cuentan con un consejo de familia que se reúne cada año. El dueño desea que su empresa siga siendo de carácter familiar, pero aún no tiene nada pensado, aunque si tiene ya un candidato.

El Cisne SA de CV

Empresa de origen español que abre sus puertas al público en el año de 1995, considerada como empresa mediana, al momento del estudio contaba con 79 trabajadores, ubicada en avenida Juárez número 63. El director es un familiar no accionista. El dueño desea que la empresa siga siendo familiar, el cien por ciento de la propiedad pertenece a la familia, la primera generación es la que domina a la empresa, existen accionista familiares laborando dentro de la empresa, así como familiares políticos, pero no todos tienen las mismas remuneraciones, realmente no ha reglas que establezcan la incorporación de familiares en la empresa. No cuenta con un consejo de administración ni con un protocolo familiar. El dueño desea que la empresa siga siendo de carácter familiar y tiene algunas ideas de quien puede ocupar este puesto.

La Lavandera SA de CV

Empresa familiar constituida en el año de 1940 situada en el centro de la ciudad de Pachuca. El director general es un familiar no accionista, no tiene un comité de dirección. El dueño desea que siga siendo de carácter familiar, el cien por ciento de la propiedad pertenece a la familia. La generación dominante en esta empresa es la primera, existen accionistas familiares que laboran dentro de la empresa, además no todos tiene el mismo sueldo, depende del cargo que tengan. No tiene consejo de administración ni tampoco cuenta con un protocolo. El fundador desea que su empresa siga siendo de carácter familiar y se tiene algunas ideas, además de contar con algunos posibles sucesores.

Conclusiones

Podemos concluir que una vez realizada la investigación, se conocieron como están integradas las empresas del estudio de caso, identificándose los principales elementos que conforman la estructura del gobierno corporativo, realizando así el diagnóstico de cada una de ellas.

Cada una de las empresas tienen sus particularidades, al tener en la Dirección General de la empresa diferentes generaciones, únicamente dos de las ocho, se encuentran en la segunda generación, Del Moral (2009), comenta que estas empresas solo el 20% llegan a la segunda generación, esperamos que la mortalidad en los demás casos no sea tan elevado, además, el 50% de las empresas encuestadas tienen una antigüedad de 1 a 20 años, el 30% tiene una edad de 21 a 40 años y solo el 20% tiene una antigüedad de 40 años o más. Comprobamos que el 60% de las empresas tienen trabajadores, entre 1 y 100 empleados, el 30% tiene laborando en sus empresas en 101 y 200 empleados y solo el 10% de las empresas cuenta

con más de 201 trabajadores, se observas que las empresas familiares más antiguas son las que cuentan con mayor número de trabajadores

El 60% de las empresas familiares las dirige el máximo accionista de la empresa, el 20% un familiar accionista no mayoritario el 10% un familiar no accionista. Sólo el 30% de las empresas llevan un plan estratégico, en la que destacan las empresas grandes y de mayor antigüedad, el 70% de las empresas tienen un comité de dirección constituido entre 1 y 4 integrantes. Solo el 60% de las empresas cuentan con un sistema de planeación de acciones y control presupuestario.

En las empresas familiares estudiadas, el 60% de los accionistas pertenecen a primera generación y solo el 40% de las empresas corresponden a la segunda generación, nos damos cuenta que la primera generación es la que prevalece y tiene dominio en la empresa. Tomando en consideración el porcentaje de la primera generación que es la dominante en la empresa y de acuerdo a las entrevistas, identificamos que esto lleva a la organización a tener ciertas limitaciones en el crecimiento de la empresa.

Se observa también, que entre dos y cinco familiares pertenecen a la familia y trabajan dentro de la empresa, así también el 10% no son accionistas, pero son miembros de la familia y laboran dentro de ella. El 80% de los familiares son accionistas y laboran dentro de ella. En las empresas laboran también familiares políticos, pero en un porcentaje poco significativo, solo el 20%. Las decisiones para que un integrante de la familia entre a laborar en ella la toman en un 70% todos los accionistas, el 20% algunos de los miembros de la familia y solo el 10% el accionista mayoritario. En un 90%, es el director general quien toma la decisión para incorporar un familiar a la empresa. En un 100%, no todos los miembros que trabajan en la empresa perciben el mismo sueldo, también no todos tienen el mismo criterio para fijarles un sueldo, ya que esto se da en base a sus habilidades y

actividades que desempeñen. En un 50% de los miembros de la familia que laboran en la empresa dependen jerárquicamente de un directivo no familiar.

Las empresas familiares del caso de estudio, creen que el consejo de administración es un órgano útil para el desarrollo de sus funciones y de la misma empresa. Los consejeros son evaluados cada año, a través de una autoevaluación, además reciben un pago fijo por el simple hecho de ser consejero. Las ocho empresas investigadas tienen conocimiento de lo que es un consejo de familia y cuentan con este órgano de gobierno corporativo, se reúnen una vez al año, pero no todos los miembros consanguíneos participan. Las empresas investigadas establezcan que el consejo de familia es útil ya que fortalece las relaciones familiares, facilitando así el crecimiento y evolución de la empresa, supera conflictos y fortalece el compromiso de la familia con la empresa. Entre las principales funciones del consejo de familia están el permitir el intercambio de opiniones y facilitar la armonía, unidad y diálogo.

De alguna manera las familias avalan su patrimonio personal con la empresa, además pueden utilizar recursos financieros de sus propias empresas para cubrir sus necesidades particulares, siempre y cuando este sea considerado importante. En las empresas familiares estudiadas no existe ningún mecanismo previamente establecido para poner en venta sus acciones, tampoco existe ningún documento donde establezca que no pueden hacer venta de acciones a terceros no familiares. Todas las empresas reparten dividendos entre sus accionistas a través de ciertas normas ya establecidas. En algún momento estas organizaciones han abandonado proyectos de inversión por la falta de recursos financieros. Se concluyó que en las ocho empresas investigadas el fundador desea que su empresa siga siendo de carácter familiar, así como los posibles sucesores. En el 80% de las empresas, el dueño cree que la persona asignada como factible sucesor debe tener interés profesional y

personal, además de continuar con el proyecto empresarial de la familia. El 40% de las empresas familiares tiene idea de cómo hacerlo pero no lo ha escrito, el 30% dice que es pronto y el otro 30%, aun no piensa nada. El 70%, no ha consultado con nadie la posibilidad del futuro sucesor, además dice que él decidirá a quien nombrar.

El único órgano que presenta este tema es el Consejo de Familia. Todas las empresas coinciden en que si cuentan con algún miembro capacitado para dicho cargo, pero aun no lo deciden. El 30% de las empresas dice que deberán tener ciertas características para que puedan obtener el cargo como lo es estudios especializados, así como obtener la experiencia necesaria previamente comprobada. El 60% de las empresas expresa que su mayor prioridad en un futuro es que las empresas provean de trabajo y riquezas a las siguientes generaciones y el resto proveer el patrimonio a las siguientes generaciones.

En este mismo porcentaje del 60% las empresas establecen que la relación con el posible sucesor es de confianza, una vez que este sea sucedido. El 30% de los fundadores aun no piensa como transmitirá la propiedad de la empresa. El 90% de los empresarios fundadores señala que no transmitirá la empresa y sus bienes en partes iguales a sus hijos, asimismo el 100% de los encuestados menciona que una parte de sus acciones la va a transmitir antes de que este fallezca.

Como se puede observar existen varias afirmaciones solo a través de dichos y no existe un escrito donde se manifieste su conformidad, ello podría llevar a un conflicto involucrando a la familia y definitivamente llevara la quiebra a la familia según lo establece Cabrera (2010). De acuerdo a los resultados, todas las empresas estudiadas tienen conocimiento de lo que es un protocolo familiar, pero solo el 30% cuenta con uno y por escrito, además firmado por todos los miembros de la familia consanguínea únicamente.

Como sugerencia a las empresas familiares estudiadas en esta investigación se presentan algunas consideraciones que le pudieran ser útiles:

- Equilibrar los intereses de los accionistas, es fundamental para tomar decisiones acertadas y acceder a nuevas fuentes de financiamiento.
- Resolver los problemas del gobierno corporativo en la empresa familiares, un buen gobierno corporativo garantiza la continuidad de la empresa.
- Garantizar la permanencia de la empresa, la confianza de asegurar la duración de la empresa a largo plazo es un factor de motivación para mejorar el gobierno corporativo implementado soluciones concretas, contribuyendo así al éxito de la empresa.
- Formalizar las políticas del gobierno corporativo y ejecutarlas, describiendo los procesos del gobierno corporativo en la empresa, relación entre los accionistas, director y altos gerentes.
- Desarrollar las habilidades de los posibles sucesores para que puedan convertirse en empresarios exitosos y responsables, con la capacidad de asumir sus funciones como nuevos propietarios de la empresa.

Concluimos que las empresas familiares permanecerán en el tiempo, siempre y cuando reconozcan la importancia que tienen el hecho de pertenecer a este rubro de familia, así como valorar sus características, fortalezas y debilidades que tienen, así también estas empresas deberán contar con una buena planeación debidamente estructurada a través de los elementos que forman el gobierno corporativo una vez que ya se identificaron y se conoció como está integrada la estructura de los órganos de gobierno corporativo en las empresas familiares. Las limitaciones que encontramos en este estudio, es que al ser estudio de casos, los resultados no se pueden generalizar a las empresas de la región, sin embargo creemos, que se deberá profundizar en el análisis de dichos conceptos, ya que existen

convergencias entre los hallazgos de las empresas familiares respecto a su gobierno corporativo, continuaremos con la búsqueda de otras empresas que nos permitan conocer su realidad familiar y empresarial. Otro reto será observar que pasa con las empresas que se deciden a tener un gobierno corporativo más formalizado y darles continuidad con estudios longitudinales, para saber su realidad en el cambio de generación que afecta la propiedad y la dirección de la empresa.

Como futuras líneas de investigación sugerimos profundizar en el tema de la constitución de órganos de gobierno, sus implicaciones en la sucesión y la formalización de protocolos familiares, lo que sin duda, nos dará una visión más clara del desarrollo de la empresa familiar.

Bibliografía

- Allen, N. y Meyer, J. (1990). The measurement and antecedents of affective continuance and normative commitments to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(4), 1-8.
- Amat, J. M. (2004). La continuidad de la Empresa Familiar. En J. M. Amat, La continuidad de la Empresa Familiar (pág. 175). España: Gestión 2000.
- Barrio, C. I (2004). Métodos de investigación. Universidad de Madrid. Edición 3.
- Belausteguigoitia R. I (2012) Empresas familiares: su dina, equilibrio y consolidación
- Ceballos, J. C. (2005). Consejo Corporativo de Alta Efectividad. México: Deloitte.
- Covre, A. (2009). Guía práctica del gobierno corporativo. Experiencias del círculo de empresas de la mesa redonda Latinoamericana. Corporación financiera internacional
- Chiner, A. (2011). La necesidad de un buen gobierno de la familia en las empresas familiares. IESE Business School Universidad de Navarra , 1-14.

- Dávila, M. (2010). Gobierno Corporativo y reemplazo de presidentes de los consejos de administración. Revista de la Facultad de Económica de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, 1-114.
- Del Moral, J. L. (2009). Gobierno Corporativo en la empresa familiar. España: LID.
- Echaiz J. M. (2010). El protocolo Familiar. La contractualización en las familias empresarias para la gestión de las empresas familiares. Journal
- Felairan M. M. (2005) Una Revisión Teórica de modelos aplicados a la Empresa Familiar, Venezuela, p. 2-19 Universidad del Zulia
- Gallo, M. A. (2007). El gobierno de la empresa familiar. Catedra de empresa familiar, 14.
- Garza R. M.I. (2011). Los valores familiares y la empresa familia en el Noroeste de México. Revista Administración, vol. 24, núm. 42 Junio 2011
- Ginebra, J. (2007). Las empresas familiares, su dirección y su continuidad. México DF: Panorama.
- Hernández, M. A. (Coord.), (2009). Análisis de la industria manufacturera en el estado de Hidalgo. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Hers, L. I. (2008). Prácticas de Buen Gobierno en un orden familiar. Revista de la Facultad de Derecho de la UBA , 1-21.
- Henry, S. W. (2009). Propiedad, Gobierno Corporativo y las Estrategias de diversificación de las Empresas Mexicanas. Ciencias Administrativas del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores, Campus Ciudad de México, 1-14.
- Lara, L. Á. (2011). La propiedad familiar como mecanismo de gobierno disciplinado en la dirección de las empresas familiares mexicanas. Universidad de Cantabria, 1-6.
- Leach, P. (2010). La empresa Familiar. México: Granica.

- López, P. M. (2009). Un nuevo Concepto en la vinculación de potencias sucesores a la empresa familiar. Investigación científica de la Universidad ICESI, 20.
- Negreira, R. F. (2007). La evolución de la empresa familiar: una transición del liderazgo creativo hacia una política de gobierno corporativo integradora. IESE business School, 1-15.
- Poza, E. J. (2010). Family business. México DF: Thomson Learning.
- Ramírez, A. A. (2011). Importancia del concepto de empresa familiar en investigación de la base de datos de SABI para su clasificación. Revista de empresa familiar del instituto de la empresa familiar, 53-67.
- Ramos, M. I. (2011). Los valores familiares y la empresa familiar en el noroeste de México. Revista de la Universidad de Javeriana, Bogotá, Colombia, 315-333.
- Rubinsztejn, G. (2003). Los Órganos de gobierno en la empresa familiar. Revista de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Uruguay, 1-22.
- Saavedra, M.L.; Hernández, M.A.; Mendoza, J.; Jiménez, M.; Hernández, G.Y., Vázquez, A.M. y Navarrete, D. M. (2007). Perfil financiero y administrativo de las pequeñas empresas en el estado de Hidalgo. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Suárez, K. C. (2010). Responsabilidad Corporativa en la empresa familiar. Facultad de Ciencias Económico y Empresariales de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria , 1-29.
- Tápies, J. (2011). Empresa Familiar: un enfoque multidisciplinar. Family Business , 1-25.
- Treviño, R. N. (2010). Empresas Familiares. Estructura, gestión, crecimiento y continuidad. Editorial Pearson.
- Torrent, D. (2006). Órganos de dirección y gobierno en la empresa familiar. Consellers de la familia empresaria , 9.

Urrea, J. (2003). Gobernabilidad de la empresa familiar. Revista Universidad de EAFIT, Gran Bretaña , 1-22.

Vilaseca, A. (2008). Gobierno en la empresa familiar. Universidad de Montevideo, 22.

Ward, R. S. (2009). La planificación Estratégica de la Familia Empresaria. España: Deusto.

Zúñiga, V. J. Á. (2009). Los directivos externos y la sucesión en la empresa familiar. Universia Business Review, 1-22.

Engagement en el talento humano de docentes investigadores de una institución de educación superior.

Leonardo Rivera Oropeza

riveralo@uaeh.edu.mx

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen

En la presente investigación se realizó un análisis del concepto de talento humano en el futuro de las organizaciones y los cambios en el transcurso de la historia, el cambio de enfoque de Recursos Humanos a Gestión del Talento Humano y como las organizaciones podrían modificar sus prácticas administrativas, el concepto de talento humano conduce al de capital humano así como las características que debe poseer la persona para considerarle como talento y por ello es importante analizar su comportamiento, según investigaciones recientes la falta de motivación en los empleados se refleja de manera negativa en la rentabilidad de la organización. Por lo tanto las organizaciones deben aplicar la estrategia de ARH employee o empleado engagement cuyo fin es el de incrementar la productividad del talento humano. En la presente investigación se aplicó el instrumento de engagement de Shaufeli et. al. (2009) para analizar sus factores y la relación con las variables sociodemográficas y de trayectoria académica, se llevó a cabo la validez de la escala mediante el método de componentes principales y rotación varimax, para la confiabilidad mediante el Coeficiente Aplha de Cronbach y la relación entre las variables utilizando el Coeficiente de Correlación de Pearson.

Palabras clave: Engagement, estructura organizacional, compromiso, talento humano, organización, misión y visión organizacional,

Introducción

Conforme a las investigaciones de Chiavenato (2009), en la historia de la humanidad siempre han habido cambios, pero nunca del tamaño, la velocidad y el efecto de los que ocurren en la actualidad, y son diversos los factores que contribuyen a tales cambios como son los económicos, tecnológicos, sociales, culturales, legales, políticos, demográficos y ecológicos. Todos estos cambios actúan de forma conjunta y sistémica en un campo de fuerzas dinámicas que producen resultados inconcebibles y colocan a las organizaciones en la incertidumbre y la imprevisibilidad.

En este sentido continúa Chiavenato (2009), los recursos humanos (RH) es una de las áreas de las organizaciones que tiene más cambios. Así muchas organizaciones han sustituido el término administración de recursos humanos (ARH) por alguno de los siguientes conceptos:

- Gestión del Talento Humano
- Administración de asociados o colaboradores
- Administración de competencias
- Administración de capital humano
- Administración de capital intelectual
- Administración de personas

Las organizaciones cambian sus conceptos y modifican sus prácticas administrativas para movilizar y utilizar integralmente a las personas en sus actividades. Por lo tanto según refiere Chiavenato (2009) las personas se convierten en el elemento básico del éxito de la empresa, actualmente se habla de estrategia de recursos humanos para expresar la utilización deliberada de las persona con el propósito de que ayuden a la organización a

ganar o mantener una ventaja sostenible frente a los competidores. La estrategia es un plan global que la organización adopta para asegurar que las personas cumplan de la mejor manera la misión de la organización.

Así las organizaciones están constituidas por personas y dependen de ellas para alcanzar sus objetivos y cumplir su misión. Por lo tanto las organizaciones refiere Chiavenato (2009) hoy amplían su visión y actuación estratégica y cualquier proceso productivo sólo es posible con la participación conjunta de diversos grupos de interés dentro de los cuales se encuentran los empleados quienes aportan conocimientos, capacidades, habilidades, toman decisiones y realizan acciones a cambio de un contar con sueldos y salarios, prestaciones así como de otras remuneraciones y beneficios.

Chiavenato (2009) propone en sus investigaciones que a las personas se les debe concebir como asociadas de las organizaciones y no como recursos como se puede observar en la Figura 1. Las personas como recursos o asociadas de la organización, pues en esa calidad son proveedoras de conocimientos, habilidades, competencias y sobre todo la aportación más importante para la organización: la inteligencia que presenta decisiones racionales e imprime significado y rumbo a los objetivos globales, y en este sentido las personas constituyen parte integral del capital intelectual de la organización.

Figura 1. Las personas como recursos o asociadas de la organización

Personas como recursos	Personas como asociadas
Empleados aislados en los puestos	Colaboradores agrupados en equipos
Horario establecido rígido	Metas negociadas y compartidas
Preocupación por normas y reglas	Preocupación por los resultados
Subordinación al jefe	Atención y satisfacción del cliente
Fidelidad a la organización	Vinculación con la misión y la visión
Dependencia de la jefatura	Interdependencia con colegas y equipos

Alineación con la organización	Participación y compartir
Importancia en la especialización	Importancia de la ética y la responsabilidad
Ejecutores de tareas	Proveedores de actividad
Importancia en las destrezas manuales	Importancia del conocimiento
Mano de obra	Inteligencia y talento
Fuente: <i>Chiavenato (2009)</i>	

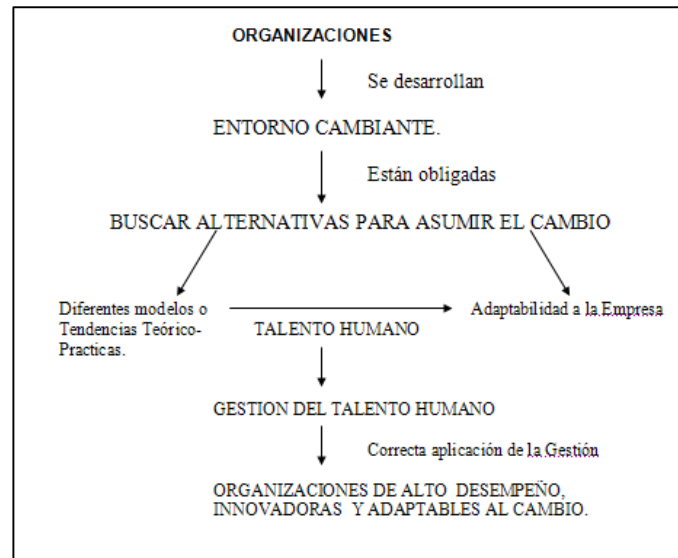
Talento Humano

Conforme a las investigaciones de Rodríguez (2009), existe un elemento que es común en las organizaciones, y es que cada una de ellas de una forma u otra hacen alusión al Talento Humano como el factor decisivo en el proceso innovador que garantice la supervivencia y prosperidad de las organizaciones, algunas le otorgan mayor peso, otras menos, pero lo cierto es que está presente en todas. Sin embargo es la tendencia que menos adeptos prácticos posee ya que su fruto no lo genera el propio Talento, sino el efecto de su Gestión, es por eso que los directivos empresariales comprenden que es una fuente para el progreso , pero no la han concientizado lo necesario como para aplicarlo con éxito.

Administrar el talento humano según Chiavenato (2009), se convierte cada día en algo indispensable para el éxito de las organizaciones, así tener personas no significa tener talentos, lo que nos lleva a diferenciar a personas de talentos.

Es sustancial comprender según Rodríguez (2009), la importancia que reviste la Gestión del Talento Humano en el proceso de Innovación Tecnológica y la Adaptabilidad al Cambio en las Organizaciones. Por lo tanto el autor representa de manera gráfica la dinámica a seguir por las organizaciones si quieren alcanzar altos niveles de competitividad como se observa en la Figura 2.

Figura 2. Organización Competitiva



Fuente: Rodríguez (2009)

Como se puede apreciar el Talento Humano juega un rol protagónico en el desarrollo actual y futuro de las organizaciones, pues es el activo más flexible y el que le otorga mayor vitalidad a la organización ya que a través de él se pueden diseñar, alcanzar, implementar, reacomodar adaptar y hacer factibles cualquier adelanto tecnológico, concepto teórico o aplicación práctica, incluso es el que le abre las puertas a la Innovación Tecnológica.

Méndez (2003), considera el talento humano como aquellas personas capaces de producir, realizar, elaborar y generar trabajo en menos tiempo con el mayor esfuerzo y mejor calidad posible, estando relacionado con el rol que realiza el mismo dentro de las funciones como facilitador, orientador, promotor social y como investigador en el proceso educativo formativo, y que a su vez se produce o no dependiendo del comportamiento organizacional, referido este por el autor, "como el ambiente existente entre los miembros de la institución, ligado estrechamente al grado de motivación de los empleados".

Según las investigaciones de Piedrahta (2014), el talento humano es: no solo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad como: conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud entre otras. Como refiere López (2009), en el ámbito de las empresas y las organizaciones, el talento humano (TH) es fundamental en su desarrollo. El TH es un constructo que se gesta en el trabajo grupal a partir de los aprendizajes conocimientos, experiencias, habilidades y actitudes propias de cada individuo, de su socialización, adaptación a las necesidades y entorno propios de cada empresa, y al talento o aptitud con que cada individuo sepa desarrollar dicho constructo en pro de la organización.

Por lo tanto el TH no se basa en la cantidad de conocimientos y su aplicación práctica, sino en otras competencias que incluyen otras perspectivas como gustos, intereses que pueden ajustarse o no a la organización. Así en el ámbito de las organizaciones no hay una definición universal de lo que es una persona sobresaliente, puesto que lo que se requiere varía en cierta medida de una empresa a otra; cada una tiene que concebir el perfil específico del talento que necesita.

De esta forma, el talento es una capacidad integral gracias a la cual la sumatoria de competencias y habilidades potenciadas desde el "ser" son aprovechadas para la innovación.

Hablar de talento humano supone hablar de competencias, de creatividad, capacidades, innovación, astucia, adaptación, estrategias y habilidades de pensamiento para asumir retos, pero también supone autoconocimiento. En opinión de Chiavenato (2009) la concepción de talento humano conduce a la de capital humano, patrimonio invaluable que una

organización puede reunir para alcanzar la competitividad y el éxito y el capital humano se compone de dos aspectos principales, talentos y contexto.

1. Talentos. Personas dotadas de conocimientos habilidades y competencias que son reforzados, actualizados y recompensados de forma constante, el cual debe coexistir en un contexto de libertad autonomía y cobertura para poder expandirse y saber, saber hacer, saber analizar y saber hacer que ocurra.
2. Contexto. Se refiere al ambiente interno apropiado para que los talentos se desarrollen y progresen. Sin él los talentos desaparecen.
 - a) Una arquitectura organizacional con un diseño flexible, integrador, y una división del trabajo que coordine a las personas y el flujo de los procesos y de las actividades de manera integral. La organización debe facilitar el contacto y la comunicación con las personas.
 - b) Una cultura organizacional democrática y participativa que inspire confianza, compromiso, satisfacción, espíritu de grupo. Una cultura basada en la solidaridad entre las personas.
 - c) Un estilo de administración sustentado en el liderazgo renovador y en el coaching, con descentralización del poder, delegación y atribución de facultades (empowerment).

La suma del talento y el contexto proporciona el concepto de capital humano, esto tiene un significado importante para la ARH pues ya no es cuestión de lidiar con las personas y transformarlas, sino también es cuestión del contexto donde trabajan.

Para ser talento en opinión de Chiavenato (2009), la persona debe poseer algún diferencial competitivo que lo valore y hoy el talento incluye los siguientes cuatro aspectos esenciales para la competencia individual:

- **Conocimiento.** Constituye el resultado de aprender a aprender, de forma continua, dado que el conocimiento es lo más valioso actualmente.
- **Habilidad.** Trata de saber hacer. Significa utilizar y aplicar el conocimiento, para resolver problemas o crear e innovar.
- **Juicio.** Trata de saber analizar las situaciones y el contexto. Significa saber obtener datos e información, tener espíritu crítico, juzgar los hechos, ponderar con equilibrio y definir prioridades.
- **Actitud.** Trata de saber hacer que ocurra. La actitud emprendedora permite alcanzar y superar metas, asumir riesgos, actuar como agente de cambio, agregar valor, llegar a la excelencia y enfocarse en los resultados.

El nuevo papel de la ARH de acuerdo con Chiavenato (2009) es lidiar con las personas, con su organización del trabajo, con la cultura organizacional que las envuelve y con el estilo de administración que utilizan los gerentes como administradores de personas. Y para concluir, el hecho de que el concepto de capital humano conduce al concepto de capital intelectual, por lo tanto el capital humano es la parte más importante del capital intelectual. Según refiere Rodríguez (2009), la Gestión del Talento Humano es un enfoque estratégico de dirección cuyo objetivo es obtener la máxima creación de valor para la organización, a través de un conjunto de acciones dirigidas a disponer en todo momento del nivel de

conocimientos capacidades y habilidades en la obtención de los resultados necesarios para ser competitivo en el entorno actual y futuro.

El engagement

Uno de los principales problemas que se viven en las organizaciones con el nuevo talento es conseguir involucrarlos para que consigan dar lo mejor de sí mismos para conseguir resultados extraordinarios. El engagement (involucrar) es la piedra angular de la nueva gestión del talento, para ello, no se tendrá que enfocar a la organización, sino en los proyectos. Si consigues que estén involucrados en el proyecto, se involucrarán en la organización.

Según refiere Del Campo (2014), contar con colaboradores motivados que pongan toda su energía y esfuerzo en su trabajo es altamente rentable para las empresas. Se concibe al engagement según Salanova *et. al.* (2000), como un estado mental positivo, de realización, relacionado con el trabajo que se caracteriza por tres dimensiones vigor, dedicación y absorción, por lo tanto su desarrollo implica en la estructura organizacional contar con colaboradores motivados que pongan toda su energía y esfuerzo en su trabajo con la finalidad de favorecer la rentabilidad de la propia organización. El engagement según Campo (2014) mide el nivel de compromiso que los empleados sienten con la organización para la que trabajan, por lo tanto en la gestión de personas resulta un indicador muy importante de la gestión en general. Así en investigaciones realizadas se ha demostrado que los empleados con mayor nivel de engagement suelen tener más pasión por lo que hacen, muestran mayor entusiasmo, se sienten orgullosos de ser parte de su organización generando mejores resultados.

El nivel de engagement es el que determina la diferencia entre aquellos empleados que están buscando hacer lo mínimo para cumplir con su trabajo y los que están poniendo todo su esfuerzo, energía y entusiasmo en un trabajo que consideran que es una parte fundamental de sus vidas. Por lo tanto, una buena gestión del engagement puede ser muy rentable para una compañía, además de generar otros beneficios sociales para todos sus grupos de interés.

El engagement, el talento humano y la organización

Según referencia Anónimo (2014) el employee o empleado engagement es una estrategia de administración de recursos humanos que está tomando bastante fuerza en las organizaciones y cuyo fin es el incremento de la productividad de los colaboradores. Este concepto se le puede definir como un esfuerzo adicional por parte de todos los empleados, incluyendo los directivos, para crear compromiso e implicación real con la organización, que se genera básicamente a partir del bienestar, el entusiasmo y la satisfacción que la organización les brinde a sus colaboradores.

Resulta necesario brindar las mejores condiciones a los colaboradores de una organización para que su bienestar y calidad de vida sean óptimos y para que la satisfacción que esa situación genera se vea directamente reflejada en sus niveles de productividad. Conforme a lo anterior un empleado feliz y satisfecho tiene un mejor rendimiento laboral que uno aburrido e inconforme.

Como referencia según la misma fuente refiere que en el estudio denominado The State of the Global Workplace, a worldwide study of employee engagement and wellbeing realizado por la Consultora Gallup, fue realizado en una muestra de 47,361 empleados de 120 países, muestra que tan sólo el 11% de los colaboradores están comprometidos con la

empresa, que el 69% no lo están y que un 27% de estos no tienen la menor conexión con la compañía dónde trabajan lo que ocasiona una baja rentabilidad.

Como se puede observar, estas cifras ponen en evidencia la preocupante falta de compromiso de los empleados con las organizaciones y reflejan la necesidad de poner en marcha los planes e instrumentos necesarios para cambiar la situación y generar el compromiso y apropiación de los colaboradores con la empresa, lo cual aumentará la productividad y competitividad de la empresa.

Así Teniendo bien definidos los valores y metas de la compañía, aunados a una misión y visión organizacional vigorosas, debemos enfocarnos en la construcción y el fortalecimiento de una cultura organizacional que fomente esos mismos valores y principios entre los colaboradores. La participación activa de los empleados, el ambiente colaborativo, la retroalimentación y la honestidad en las decisiones y comunicaciones, son factores determinantes para conseguir una vinculación real y un compromiso efectivo de los colaboradores con la empresa.

El engagement es un concepto que según las investigaciones de Salanova y Shaufeli (2009) se maneja en los ámbitos de los negocios y la consultoría y, recientemente en el ámbito académico. Los conceptos del engagement se refieren a la vinculación, la implicación, el compromiso, la pasión, el entusiasmo, el esfuerzo y la energía.

El engagement según las investigaciones de Salanova y Shaufeli (2009) no significa exactamente lo mismo que otros conceptos que si tienen equivalente en lengua inglesa como:

- La implicación en el trabajo. Work involvement.
- El compromiso organizacional. Organizational commitment.

- Dedicación al trabajo. Work dedication.
- Apego al trabajo. Work attachment.
- Adicción al trabajo. Workaholism.

El engagement está relacionado con los conceptos anteriores, incluso algunos de ellos forman parte de su idiosincrasia, pero el engagement es algo más que emerge y se desarrolla desde otros planteamientos.

El engagement juega un papel crucial como enlace entre la salud psicosocial y la dirección de recursos humanos (DRH). Esto se debe a que para poder sobrevivir y prosperar en un contexto de cambio continuo, las organizaciones necesitan tener empleados motivados y psicológicamente sanos; y para poder conseguirlo, las políticas de salud ocupacional y de DRH deben estar sincronizadas tanto como sea posible.

La razón es que, continua Salanova y Shaufeli (2009) las organizaciones modernas están cambiando en una dirección que se basa más y más en el conocimiento psicológico y la experiencia de las personas en sus carreras laborales. Las organizaciones modernas esperan que sus empleados sean proactivos y muestren iniciativa personal, que colaboren con los demás, que tomen responsabilidades en el propio desarrollo de carrera, y que se comprometan con la excelencia en el desempeño.

En la organización se debe contar con empleados no estresados: empleados satisfechos con sus trabajos, que no experimenten estrés laboral, y que muestren bajos índices de ausentismo laboral. Por lo tanto se requiere de algo más para poner en marcha a toda la

estructura organizacional y conseguir los objetivos, entrando en juego la psicología de la salud ocupacional positiva que trata de dar respuesta a estas situaciones.

Origen del término

El término engagement del empleado en inglés employee engagement no está claro, pero se utilizó por primera vez a finales de los años noventa por la organización Gallup, una firma de consultoría.

El engagement en el trabajo se refiere a la relación que tiene el trabajador con su trabajo, mientras que el engagement del empleado puede también incluir la relación existente con la organización. La popularidad del engagement en el mundo del trabajo se ilustra a través de una búsqueda de Internet en mayo de 2008 con las palabras clave engagement del empleado y engagement en el trabajo obteniendo como resultados cerca de seiscientos cincuenta mil artículos. En la figura cuatro se reporta el número de publicaciones sobre el engagement:

Figura 1 Número de publicaciones sobre engagement de Salanova y Schaufeli (2009)

	INTERNET	BASE DE DATOS ACADÉMICA (PsycINFO)		
	Google	Google Académico	En título y resumen	Solo en título
Engagement del empleado	626.000	1.120	35	12
Engagement en el trabajo	21.400	785	66	20
TOTAL	647.400	1.905	101	32

Definición de engagement

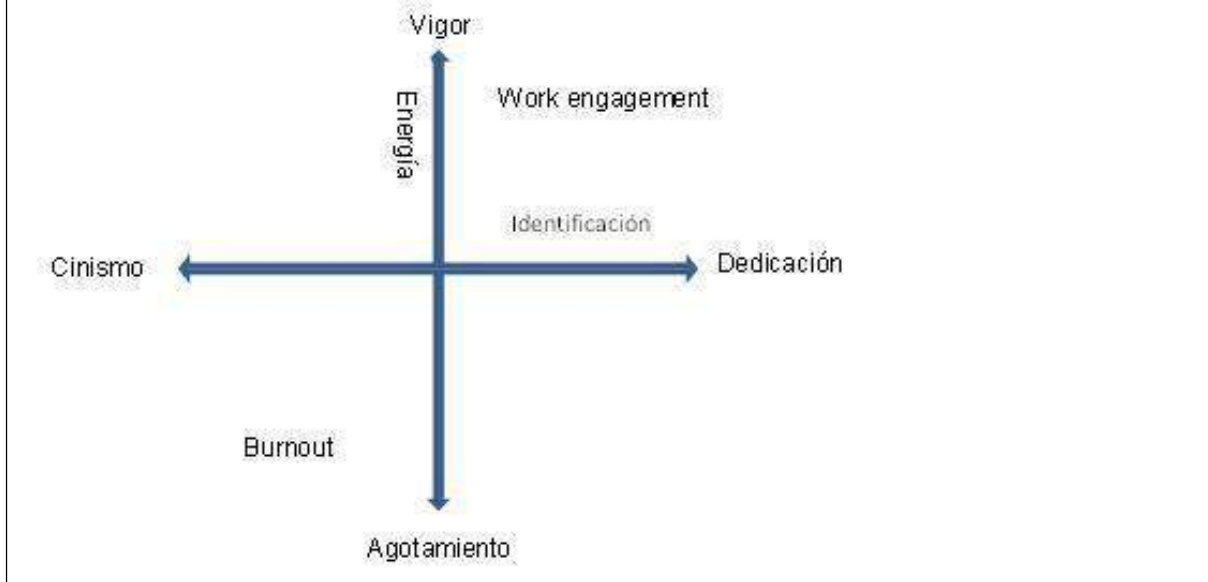
Una definición desarrollada por investigadores españoles concibe al engagement como un constructo motivacional positivo, un estado cognitivo-afectivo, persistente en el tiempo y no focalizado a una conducta u objeto específico, e integrado por las dimensiones de vigor, dedicación y absorción Salanova *et. al.* (2000).

El Engagement describe un estado positivo que se caracteriza por energía, implicación y eficacia según Maslach y Leiter (1997), sin embargo nos resulta más apropiada la versión de Salanova *et. al.*, (2009) donde se define como un estado mental positivo, de realización, relacionado con el trabajo, que se caracteriza por tres dimensiones a estudiar y son:

- 1) **El vigor** que hace referencia a altos niveles de energía y resistencia mental mientras se trabaja, junto con un fuerte deseo de esfuerzo y persistencia en las tareas que se realizan.
- 2) **La dedicación** que implica altos niveles de significado, entusiasmo, inspiración, orgullo y reto en el trabajo y;
- 3) **La absorción** que se refiere a altos niveles de concentración y de felicidad durante el desempeño de la actividad laboral.

Luego entonces el vigor y la dedicación son los polos opuestos del agotamiento y el cinismo síntomas centrales del burnout (Ver Fig.2.4). Así los trabajadores con el SQT, se sienten cansados y muestran una actitud distante hacia su trabajo, han agotado su energía y se identifican menos con su trabajo. Como conclusión el burnout se caracteriza por una combinación de poca energía entendida como agotamiento y poca identificación entendida como cinismo, mientras que el engagement en el trabajo se caracteriza por el patrón contrario: una combinación de alta energía entendida como vigor y una elevada identificación entendida como dedicación. Así en la siguiente figura citada por Salanova *et. al.* (2009) se demuestra que el engagement es un trabajo opuesto al burnout como se puede apreciar en la figura cinco.

Figura 2 Relación del síndrome de burnout y engagement de Salanova y Shaufelli (2009)



La investigación empírica sobre el engagement es muy reciente y existen pocos trabajos publicados al respecto.

- El engagement y la satisfacción laboral. Señalan Salanova, Schaufeli, Llorens, Grau y Peiró (2000); Schaufeli y Salanova (2002), que si el trabajador tiene recursos suficientes, tanto personales como laborales, para afrontar las demandas, estará en un estado positivo con resultados como la satisfacción laboral en su trabajo o el engagement.
- El engagement y la autoeficacia ocupacional. Según García, Llorens, Cifre y Salanova (2003), los factores del ambiente laboral (facilitadores) que los profesores consideran más importantes para mejorar la calidad del profesor, se destacan el hecho de llevarse bien con los alumnos, la participación de los alumnos en clase, la gestión eficaz de reuniones y acceso fácil a la información y los materiales necesarios para su exposición.

En el presente trabajo se analizó el engagement en el talento humano de docentes investigadores de una institución de educación superior en donde se plantearon la siguiente hipótesis:

H9_o El engagement no tiene relación con las variables socio-demográficas y de trayectoria académica del talento humano de docentes investigadores de una institución de educación superior pública.

H9_a El engagement tiene relación con las variables socio-demográficas y de trayectoria académica del talento humano de docentes investigadores de una institución de educación superior pública.

En la presente investigación se aplicó el instrumento de Shaufeli *et. al.* (2009) el cual está compuesto de tres dimensiones que son vigor, dedicación y absorción que incluye 18 ítems en una escala tipo likert de seis puntos.

Se llevó a cabo la validez del instrumento, el resultado obtenido en el análisis de factores realizado con el método de componentes principales y rotación varimax arrojó la confirmación del constructo engagement o entusiasmo laboral. De esta forma, se confirmó la validez de constructo, los resultados se muestran en la tabla dos.

Tabla 1 Resultados del análisis de factores del constructo engagement Salanova y Shaufeli (2009) con el método de componentes principales y rotación varimax.

Reactivos	Componentes			Comunalidad
	F1 Vigor1	F2 Dedicación	F3 Absorción	
Reactivo 01	.830			.706

Reactivo 02	.875		.783
Reactivo 03	.416		.366
Reactivo-04	.611		.633
Reactivo -05	.613		.683
Reactivo -06		.703	.505
Reactivo -07		.878	.774
Reactivo -08		.850	.727
Reactivo -09		.913	.838
Reactivo -10		.672	.537
Reactivo -11		.203	.075
Reactivo -12		.757	.580
Reactivo -13			.705
Reactivo -14			.574
Reactivo -15			.574
Reactivo -16			.430
Reactivo -17			.705
Reactivo -18			.785
Porcentaje de varianza explicada	40.2%	10.0%	7.4
Porcentaje de varianza explicada acumulada	40.2%	50.2%	57.6%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados estadístico.

En el resultado de la confiabilidad del instrumento del engagement de Salanova y Schaufeli (2009) o entusiasmo laboral, se analizaron los tres factores que componen: vigor, dedicación y absorción obteniendo para para el factor uno un alfa de 0.76, para el factor dos dedicación un alfa de 0.85 y para el factor tres absorción un alfa de 0.59. Finalmente se obtuvo un alfa de cronbach general de 0.81 como se observa en la tabla tres.

Tabla 2 Coeficiente Alfa de Cronbach de las dimensiones del engagement

Factores del engagement o entusiasmo laboral	alfa de cronbach	Número de reactivos	Factores
F1. Vigor	.76	5	
F2. Dedicación	.85	7	
F3. Absorción	.59	6	

Confiabilidad global	.81	18	5
----------------------	-----	----	---

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados estadístico.

La hipótesis planteada en la presente investigación fue probada mediante el coeficiente de correlación de Pearson. Los resultados obtenidos se presentan en la tabla cuatro. No se identificaron correlaciones estadísticamente significativas entre el vigor, la dedicación y la absorción con las variables sociodemográficas y de trayectoria académica.

Tabla 3 Coeficiente de correlación de Pearson entre la variable independiente de engagement y las variables independientes socio demográficas y de trayectoria académica.

Variables independientes	Variables independientes:		
	engagement		
	E1 Vigor	E2 Dedicación	E3 Absorción
Variables socio demográficas			
D2 Edad	0,091	0,125	0,150
D4 Número de hijos	0,120	0,128	-0,050
D5 Número de dependientes económicos	0,103	0,157	-0,019
Variables de trayectoria académica			
T1 Escolaridad	0,066	0,096	-0,062
T2 Experiencia docente	0,097	0,114	0,145
T4 Antigüedad en la institución	0,082	0,092	0,150

*Nota: *p<=.05; **p<=.01. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados estadístico.*

Con los resultados del coeficiente de correlación de Pearson se infiere que las variables sociodemográficas y de trayectoria académica no influyen en el entusiasmo laboral conocido como engagement por lo que se acepta la hipótesis nula. Se sugiere utilizar otras variables que expliquen el comportamiento de éste fenómeno.

Referencias

- Anónimo. Employee Engagement, creando la conexión entre el Talento Humano y la Organización. Cita de internet agosto 2014.
<http://www.acsendo.com/es/blog/employee-engagement-creando-la-conexion-talento-humano-organizacion/>
- Arquero, J.L., & Donoso, J.A. Docencia, investigación y burnout: el síndrome del quemado en profesores universitarios de contabilidad. Revista de Contabilidad – Spanish Accounting Review (2013).
- Campo, Rodrigo Del. El Engagement Brinda Importantes Ventajas Competitivas A Las Organizaciones. Cita de internet activo agosto 2014.
<http://www.infocapitalhumano.pe/entrevistas.php?id=47&t=el-engagement-brinda-importantes-ventajas-competitivas-a-las-organizaciones>
- Chiavenato Idalberto. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO. Ed. MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. 2009. 3ª EDICIÓN.MÉXICO.
- Gil-Monte Pedro R. EL SÍNDROME DE QUEMARSE POR EL TRABAJO (BURNOUT) Una enfermedad laboral en la sociedad del bienestar. Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.). 2005.

Gil-Monte P., Salanova M., Aragón J., y Shaufeli W., Jornada —El síndrome de quemarse por el trabajo en Servicios Sociales. Conferencia impartida en la Jornada —El síndrome de quemarse por el trabajo en Servicios Sociales, organizada por el Servicio de Acción Social de la Diputación de Valencia, el 25 de noviembre de 2005.

<http://www.dival.es/bienestar-social/sites/default/files/sindrome-quemarse-por-el-trabajo-en-servicios-sociales.pdf>

López Abril Olga E. Talento: ¿Qué significa el talento en una organización? Ed. autores@tisoc.com Mayo 2009. Cita de Internet activo en julio 2014.

<http://www.tisoc.com/el-rincon-del-coach/talento-que-significa-el-talento-en-una-organizacion.php?3>

Méndez, E. (2003). Gerencia educativa. Editorial McGraw Hill. Caracas.

Piedrahta Macias Edwin. ¿Qué es una organización? 2014. Cita de Internet activo en julio 2014. edwin.piedrahita@gmail.com,

http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/definicionadministracion/

[Rodríguez Cruz Y. La gestión del talento humano como fuente generadora de innovación tecnológica. Propuesta de un modelo para su implementación.](#) Cita de Internet

activo en julio 2014. <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/gestion-del-talento-para-la-innovacion-tecnologica.htm>.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.rcsar.2013.04.001>

Tang, C., Au, W., Schwarzer, R. y Schmitz, G. (2001). Mental health outcomes of job stress among Chinese teachers: role of stress resource factors and Burnout. Journal of Organizational Behavior.

La cultura organizacional y su impacto en la competitividad de una fábrica de envases de plástico

Mtro. Sergio Serafín Ruiz Cortés

Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo

M.G.A. Jessica García Hernández

Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo

RESUMEN

Una de las mayores preocupaciones de las organizaciones, es lograr la competitividad que les permita posicionarse y consolidarse como líderes en su sector, sin embargo para lograrlo es fundamental considerar que existen factores que inciden directamente en el logro de dicho objetivo, en tal sentido es importante destacar que algunas empresas deben orientar parte de sus esfuerzos en la gestión del personal, considerando que es el recurso humano el responsable de lograr los objetivos y que al ser parte de la organización comparten ciertos conocimientos, valores, creencias y tradiciones que generan una cultura determinada. La presente investigación tiene como objetivo determinar el perfil de la cultura organizacional y su influencia en la competitividad de una empresa dedicada a la fabricación de envases de plástico, mediante la aplicación del instrumento de medición denominado ICOC (Instrumento de Cultura Organizacional y Competitividad), el cual se aplicará a una muestra representativa de 202 integrantes, resultado de una población de 428 colaboradores tanto de nivel directivo como operativo.

Palabras clave: Cultura organizacional, competitividad, dimensiones.

1.-INTRODUCCIÓN

Entre los retos a los que se enfrentan las organizaciones, se define el generar una ventaja competitiva que les permita consolidarse en el mercado en el que se desempeñan, sin embargo, hablar de competitividad implica diversos factores organizacionales que los directivos deben considerar como eje fundamental de los procesos de gestión.

Al respecto, la literatura existente indica que diversos autores han puntualizado que la cultura organizacional, es un factor determinante en la competitividad, por tal motivo en la presente investigación se tiene como objetivo identificar el tipo de cultura que prevalece en la empresa de producción de envases y como esta influye en la competitividad.

La presente comunicación es un avance de la investigación que se está realizando en una empresa dedicada a la fabricación de envases, se realizó una recopilación documental que incluye: antecedentes de la cultura organizacional, los conceptos propuestos por diversos autores, la importancia de la cultura organizacional, el proceso de generación de la cultura organizacional, la cultura organizacional y su influencia en la ventaja competitiva, las dimensiones de medición propuestas por algunos autores y por último la metodología a utilizar para el desarrollo de la investigación.

Revisión de la Literatura

Antecedentes de la cultura organizacional

Dávila y Martínez (1999) señalan que las primeras aportaciones sobre el tema de cultura organizacional se propusieron junto con el desarrollo de la escuela de las relaciones humanas, una de las investigaciones que marco un referente importante para dicho

concepto es el estudio realizado por Elton Mayo en Hawthorne, en el cual se destacó la importancia de las normas y valores de desempeño de los grupos.

En los últimos años, diversas investigaciones han determinado la relación que existe entre la cultura organizacional y la competitividad de una organización, en este sentido Elvira y Dávila (2005) señalan que el modelo de administración de recursos humanos latinoamericano, se caracteriza por el énfasis en las relaciones sociales y el respeto por la autoridad, razón por la que resulta fundamental identificar la orientación que se da al proceso de administración de recursos humanos, para que de esta manera dichas prácticas se orienten a una cultura organizacional definida y de esta manera no existan discrepancias que impidan el logro de los objetivos organizacionales, sin embargo resulta fundamental considerar la aportación que al respecto señalan Cantillo y Daza (2011) la cultura organizacional se genera por las personas, quienes integran las organizaciones, sin ellas no existirían dichas unidades económicas, sociales o de servicios, por tal motivo una organización deberá poner especial cuidado en definir una cultura organizacional orientada a la satisfacción de todas las partes que forman parte de ella, es decir tanto de directivos como colaboradores, lo cual permitirá compartir objetivos y que los esfuerzos de todos los niveles organizacionales se orienten al logro de los mismos.

En este sentido, Calderón y Serda (2009) señalan que en 1984 Allaire y Firsirotu indicaron la importancia de que las organizaciones considerarán como parte de sus procesos normales, un elemento hasta el momento poco reconocido, pero que debido a su trascendencia requiere ser considerado dentro del proceso de recursos humanos, pues sin duda, se observa que la cultura organizacional poco a poco ha tomado importancia como parte de los procesos organizacionales, en este sentido y con la finalidad de tener más claro

el t3pico, a continuaci3n en el cuadro 1, se describen algunos conceptos respecto a la cultura organizacional, definidos por diversos autores.

Cuadro No. 1. Conceptos de cultura organizacional

Autor	Concepto
Davis (1984)	Patr3n de creencias y valores compartidos que dan significados a los miembros de un grupo y los proveen con reglas de comportamiento en sus organizaciones.
Siliceo, Casares y Gonzales (1999)	Conjunto de valores, tradiciones, creencias, h3bitos, normas, actitudes, normas y conductas que le dan identidad, personalidad, sentido y destino a una organizaci3n para el logro de objetivos econ3micos y sociales.
Schein (2004)	Patr3n de supuestos b3sicos que comparten los miembros de un grupo y sirven de aprendizaje de forma interna y externa, los cuales se definen que funcionan suficientemente bien para ser considerados v3lidos y enseados a nuevos miembros, como la forma correcta de percibir, pensar y sentir dentro del grupo.
Cantillo y Daza (2011)	Espejo de la compa1a que refleja principios, valores, mentalidad, estilo de vida, normas, comportamientos, reglas, filosofa y clima organizacional.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los conceptos anteriores, se observa que aunque a través del tiempo ha evolucionado el concepto, existen puntos de coincidencia entre los autores, en el hecho de que se comparten valores, creencias, patrones o supuestos entre los miembros de un grupo u organización y que estos influyen en el logro de objetivos.

Es así, como partiendo del hecho de que la cultura identifica a una organización y sirve de referencia para el logro de objetivos, es importante destacar la aportación que en este sentido Mendoza (2013) realiza al concluir que la cultura organizacional cumple con dos funciones básicas: la primera es la integración entre sus miembros y la segunda, la adaptación al medio a través de diversos mecanismos que llevan a cabo sus miembros.

Importancia de la cultura

Es importante destacar que diferentes aportaciones realizadas por investigadores, han precisado que la cultura organizacional, es una herramienta que juega un papel importante al momento de definir las estrategias, pues sin duda la implementación de las mismas tiene mucho que ver con la cultura organizacional, razón por la cual el responsable de definir la cultura debe orientar los esfuerzos a generar congruencia entre la cultura de las personas y la cultura de la empresa, en este sentido Rocha (2008) destaca la trascendencia de que la cultura sea conocida por los directivos con el propósito de que con base en dicha información puedan fomentar aspectos como: la motivación y compromiso de sus colaboradores, para lo cual es importante considerar los siguientes aspectos:

- La cultura integra la estrategia de la compañía con la acción que día a día realizan sus integrantes.

- La cultura sirve de referencia y da sentido a los comportamientos que desarrollan sus empleados.
- Genera un sentimiento de adhesión, integración, compromiso y sentido de pertenencia entre los miembros de una organización.

Como se puede observar, de acuerdo a los aspectos descritos, se debe buscar por parte de la dirección la integración de los mismos, a fin de evitar que existan diversos tipos de culturas en la organización y se pueda generar una cultura sólida que contribuya al logro de objetivos organizacionales.

¿Cómo se genera la cultura?

Aun cuando el tema de la cultura organizacional se ha abordado desde diferentes puntos de vista, es fundamental recalcar que ésta no se crea espontáneamente, sino que es un concepto que se determina por los miembros o fundadores de las organizaciones y que en tal sentido el tipo de cultura se define por el fundador, quien a su vez integra personas a su equipo de trabajo, es claro que con el paso del tiempo se va configurando la cultura hasta que se fortalece, y una vez que está asentada se deben implementar ciertos factores que actúen para mantenerla, es decir, se deben desarrollar prácticas organizacionales encaminadas a conservar el tipo de cultura que han elegido así como a la definición de actividades que permitan que se promueva en la organización y se consolide.

Referente a lo anterior, Fernández y Sánchez (1997) señalan que para establecer una cultura sólida en la organización, ésta se debe considerar desde el proceso de selección, la alta dirección y proceso de socialización, aspectos que se describirán a continuación:

a) Selección

Es fundamental atraer, identificar y contratar a las personas que cumplen con el perfil especificado en la descripción del puesto vacante, o bien que cumplan con los conocimientos, habilidades, experiencia y actitudes requeridos para desempeñar un cargo determinado. Es importante que durante el proceso de selección se considere que el candidato comparta la cultura que está definida por la organización, pues de esta manera será más fácil su adaptación y esto contribuirá a un mejor desempeño.

b) Alta dirección

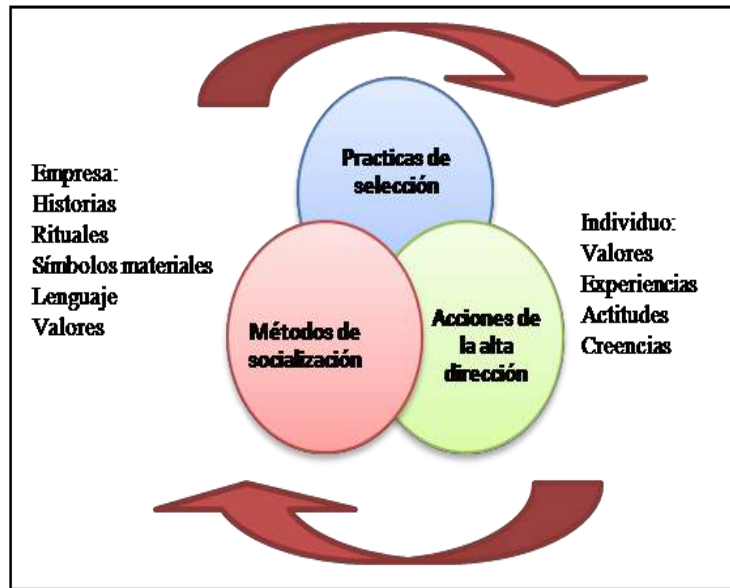
La actuación de nivel directivo refleja su conducta, son los responsables de establecer una forma de trabajo determinada, la cual debe de ser orientada hacia la planeación estratégica que considere: la misión, visión, filosofía, valores, normas, tradiciones, costumbres, etc., es así como la alta dirección deberá generar y monitorear dicho proceso de acuerdo al tipo de cultura que establezca y que pretenda que sus colaboradores compartan.

c) Socialización

Cuando un empleado ingresa a la organización, debe conocerla e involucrarse con la forma de pensar y de trabajar, que sin duda se determina tomando como referencia la cultura organizacional, en tal sentido resulta prioritario establecer un proceso de socialización que facilite la rápida adaptación de los empleados con el propósito de lograr los objetivos.

En la figura 1 se muestra el proceso de generación de la cultura, que implica la integración de la cultura de la empresa con la cultura individual de cada integrante y que como resultado, genera una cultura organizacional.

Figura 1. Generación de la cultura



Fuente: Elaboración propia a partir de Fernández y Sánchez (1997).

Cultura y ventaja competitiva

Mendoza (2013) define que la cultura organizacional determina una ventaja competitiva, lo cual se genera debido a que cuando los miembros de una organización se sienten parte de ella y comparten valores y creencias, dicho fenómeno permite generar estrategias para adaptarse a los desafíos del ambiente y hacer frente a las demandas actuales, en este sentido resulta fundamental considerar que uno de los principales requerimientos es satisfacer las necesidades de los clientes para lograr un posicionamiento, razón por la cual es primordial que con una cultura bien definida se especifiquen las normas de comportamiento de los integrantes de la organización, que se orienten a un desempeño enfocado a desarrollar todas las actividades de la mejor manera y esto se traduzca en una satisfacción del cliente.

Por su parte Soria (2008) destaca que la cultura organizacional es un elemento importante para impulsar la competitividad y productividad de una empresa, lo cual se deriva de la importancia de gestionar capacidades intelectuales, trabajo en equipo e intercambio de ideas, con dicho proceso se genera un intercambio que enriquece a los integrantes y genera un sentimiento de compañerismo, el cual se verá reflejado en los resultados.

Respecto a lo anterior, podemos definir que la cultura organizacional juega un papel trascendental en las organizaciones y que las empresas que busquen la competitividad deben considerar la consolidación de una cultura organizacional sólida, que permita la congruencia de los objetivos y el logro de los mismos, por tal motivo resulta importante precisar que de acuerdo a la cultura organizacional que se defina y se comunique por parte de la dirección, así como a la manera en que se integre en todos los niveles organizacionales y se promueva la importancia de la misma, será el grado de consolidación de la misma y esto se reflejará en la existencia de parámetros que orienten el comportamiento y las acciones de los integrantes y de esta manera se apeguen a la misma.

Según Barney (1986) señala que para que la cultura organizacional genere una ventaja competitiva deben cumplirse los siguientes aspectos:

- a) Que la cultura sea valiosa y contribuya a generar un valor económico a la organización.
- b) Que la cultura sea única y característica de la organización.
- c) La cultura no debe ser fácil de imitar para las empresas competidoras.

Como se puede observar, los aspectos descritos anteriormente, explican que la cultura organizacional es singular y característica de una organización y que se diferencia de las demás.

Por otra parte resulta fundamental considerar la aportación de Porter (2009) que señala que para avanzar en muchos de los ámbitos que implican el esfuerzo humano, es importante considerar la competencia como una fuerza poderosa, las empresas no solamente deben dedicarse a producir e intentar vender, los clientes demandan valor agregado y las empresas deben trabajar en lograr ese valor que les permita ser consideradas la mejor opción y por ende ser competitivas.

De acuerdo con Cantillo y Daza (2011) señalan que actualmente la competitividad ya no es una opción, sino una demanda que las organizaciones deben tener en cuenta como parte de sus estrategias organizacionales para lograr sobrevivir y posicionar en el mercado, así mismo señalan que para lograrlo, las empresas deben establecer y consolidar una cultura organizacional sólida, como variable interna que se reflejará en la competitividad empresarial.

Instrumentos de medición de la cultura organizacional

Como se ha descrito, la cultura organizacional es un elemento muy importante dentro de las organizaciones, por lo anterior, resulta fundamental evaluar cual es el tipo de cultura que caracteriza una organización, con el propósito de identificar la situación actual, las oportunidades de mejora y de esta manera se implementen las estrategias necesarias a fin de que se genere una cultura organizacional solida que permita generar una ventaja competitiva a la organización, es así como a través del tiempo, este tema ha sido estudiado

por diversos autores, quienes han realizado propuestas de instrumentos que permitan medir sus características, en el cuadro 2 se mencionan algunas propuestas realizadas al respecto.

Cuadro 2. Dimensiones de medición de la cultura organizacional

Autor	Instrumento	Dimensiones
Cooke y Lafferty (1989)	Inventario de Cultura Organizacional	-Autodesarrollo. -Manejo del poder. -Competitividad. -Propia realización. -Perfeccionismo. -Eliminación. -Alcance de logros. -Alcance humanístico.
Autor	Instrumento	Dimensiones
Hofstede et al (1990)	Prácticas de cultura	-Distancia del poder -Individualismo -Masculinidad -Evasión de la incertidumbre -Orientación a largo plazo.
Zamanou y Glaser (1994)	Escala de cultura organizacional	-Moral del individuo. -Seguridad del empleo. -Reclutamiento.

		<ul style="list-style-type: none"> -Entrenamiento. -Trabajo en equipo. -Compromiso (comportamiento humano).
Hernández, Mendoza y González (2008)	Instrumento de Cultura Organizacional y Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> -Identidad -Calidad -Comunicación -Contribución personal -Reconocimientos e incentivos -Capacidades directivas -Capacidad de gestión -Recursos Humanos -Internacionalización

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, existen diversas propuestas y aunque existen puntos de coincidencia en aspectos como competitividad, compromiso, capacidades del líder o recursos humanos, debe considerarse que para elegir un instrumento de medición es importante definir el objetivo de la misma, el alcance y otros aspectos como el contexto del estudio.

Estado del Arte

Con relación a los aspectos descritos anteriormente, se puede definir que la cultura organizacional, es un tema que en los últimos años ha tomado gran importancia en las

ciencias del comportamiento y administración y por tal motivo se han desarrollado diversas investigaciones y enfoques para su estudio, es así como al ser considerada como un factor determinante en el éxito de las organizaciones, se determina que una cultura organizacional sólida contribuirá al logro de los objetivos y esto se traducirá en una organización competitiva, en el cuadro 3, se describen algunos estudios realizados al respecto, que servirán de referencia en la presente comunicación.

Cuadro 3. Estado del arte sobre cultura organizacional

Autor	Descripción	Resultados
Rocha (2008)	<p>Título: La cultura organizacional en Pemex Gas y Petroquímica básica</p> <p>Objetivo: Realizar un diagnóstico de la cultura organizacional en Pemex Gas y Petroquímica Básica para identificar la presencia de los valores: servicio con excelencia, apertura al cambio, eficiencia interpersonal, trabajando con calidad, comunicación efectiva, conocimiento de la industria del</p>	<p>La investigación refleja que en la empresa razón de estudio, si se sabe trabajar en equipo, existe un ambiente de mutua cooperación y ayuda mutua, el trabajo desarrollado es de calidad, se requiere mejorar el valor de la innovación, existe buena comunicación, aunque es mejor en los sindicalizados que de confianza, la mayoría de los jefes están a favor del trabajo en equipo, se da la autorrealización, pues hay libertad de toma de decisiones y por último el valor identidad integridad, se da</p>

	<p>petróleo, productividad, compromiso, trabajo en equipo, seguridad y sentido ecológico, innovación y creatividad y a partir de esos resultados proponer un programa de cambio cultural.</p> <p>Descripción:</p> <p>Estudio de tipo exploratorio descriptivo, a una muestra de 388 personas, 194 de confianza y 194 sindicalizados.</p>	<p>un excelente prestigio, y el personal de confianza y sindicalizado refleja un alto puntaje en el conocimiento de los valores.</p>
<p>Omar y Urteaga (2010)</p>	<p>Título:</p> <p>El impacto de la cultura nacional sobre la cultura organizacional.</p> <p>Objetivo:</p> <p>Analizar las relaciones entre la cultura nacional y la cultura organizacional en 16 empresas argentinas.</p> <p>Descripción:</p> <p>La muestra estuvo integrada por 429 empleados (292 varones y 184 mujeres) con una edad</p>	<p>Los resultados indican que las prácticas implementadas por las empresas reflejan en término medio, los valores de la cultura de origen de la organización, asimismo que las empresas se caracterizan por prácticas estrechamente vinculadas con el colectivismo, alta distancia al poder y alta evitación de la incertidumbre. Por otra parte las empresas privadas se destacan por la implementación de prácticas</p>

	promedio de 35 años. Se utilizó la escala de cultura nacional y de	asociadas con el individualismo, baja distancia al poder, baja
Autor	Descripción	Resultados
	Prácticas organizacionales.	Evitación de la incertidumbre, bajo paternalismo y bajo fatalismo.
Hernández, Mendoza y Tabernero (2007)	<p>Título: Convergencias y divergencias de la cultura organizacional en empresas manufactureras</p> <p>Objetivo: Analizar las variables internas que originan la competitividad de las PYMES en el estado de Hidalgo, en función de la rama industrial y variables referentes a la cultura de la organización, como: la identidad, la calidad, la comunicación, la contribución personal, los reconocimientos/incentivos y las capacidades directivas.</p> <p>Descripción: La muestra se integró por 19</p>	<p>Los resultados permiten observar que las empresas manufactureras dedicadas al sector de la joyería, textil y papel se preocupan en mayor grado por crear una cultura organizacional, por el contrario de la empresa de relojería que refleja una cultura organizacional débil.</p> <p>Es importante señalar como los valores medios en la empresa de la rama manufacturera relojería fueron los más bajos en las dimensiones: identidad, calidad, comunicación, reconocimientos/incentivos, recursos humanos, capacidad de gestión e internacionalización, únicamente ocuparon una mejor posición en las dimensiones:</p>

	empresas y 587 trabajadores, de los cuales 23 fueron eliminados, de esta manera la muestra ese	capacidades directivas y contribución personal. Por lo observado en la empresa y de
Autor	Descripción	Resultados
	Constituyo por 564 cuestionarios válidos. Se aplicó el Instrumento de Cultura Organizacional y Competitividad (ICOC).	acuerdo a comentarios del personal, la empresa tiene graves problemas de gestión, a pesar de que es una empresa de carácter familiar, ésta no ha podido hacer que su personal se identifique y se sienta parte importante de la empresa
Mendoza, García y Mendez (2012)	<p>Título: Estudio sobre el perfil de cultura organizacional de una empresa de clase mundial en México</p> <p>Objetivo: Determinar el perfil de cultura organizacional de los trabajadores de una empresa de clase mundial en México.</p> <p>Descripción: Estudio ex-post-facto, observacional, transaccional y un</p>	Se identificó que el perfil de cultura organizacional que caracteriza a los trabajadores investigados destaca las dimensiones de: altamente productiva (seguridad e higiene, la apreciación de la productividad, el liderazgo y la equidad) y posteriormente los de plenamente humana (sustentabilidad, trabajo en equipo, ambiente laboral y desarrollo humano). Los Modelos de Ecuaciones Estructurales

	<p>tanto explicativo por el uso de Modelos de Ecuaciones Estructurales.</p> <p>El total de la muestra se constituyó de 92 trabajadores de una empresa de Clase Mundial en México.</p>	<p>permitieron validar por separado y en conjunto las subescalas de cultura organizacional en dimensiones definidas como -altamente productiva y -Plenamente humana.</p>
--	---	--

Fuente: Elaboración propia.

Como conclusión de las investigaciones mencionadas sobre la cultura organizacional, se define que a través del tiempo diversas investigaciones han abordado el estudio del tema, y aunque han considerado diferentes dimensiones en su medición o bien, las denominan de manera distinta pero regularmente miden aspectos como: valores, competitividad, liderazgo, trabajo en equipo y que básicamente determinan el perfil de cada organización.

2. DESARROLLO

Metodología

A continuación se describen los principales aspectos considerados durante el desarrollo de la presente comunicación, que representan un avance la investigación descrita.

Problema de investigación

En general las Mipymes, se enfrentan a la problemática tal como lo señala Alssop (1980) que define que dichas unidades económicas afrontan la dificultad en los procesos de gestión y administración, en este contexto se determina que la propia dinámica organizacional orienta los esfuerzos hacia los aspectos operativos, dejando de lado los procesos de gestión que impactan en el logro de objetivos.

La presente investigación es de gran importancia, debido a que la empresa productora de envases de plástico razón de estudio, es una de las principales generadoras de empleo en la región del Altiplano Hidalguense, sin embargo, en pláticas con directivos de la misma, se ha planteado la situación del robo y algunos comportamientos de los integrantes de la misma que detonan algunas debilidades en la determinación de la cultura organizacional y que impacta en la competitividad de la organización.

En este sentido se hace significativo evaluar la cultura organizacional y su impacto en la competitividad, ya que el actual contexto globalizado demanda a las organizaciones ser previsoras y estar atentas no solo a las actividades operativas, sino también dedicar tiempo a las actividades de gestión del personal que impactarán en la competitividad.

Justificación

La presente investigación es de gran importancia, debido a que la empresa productora de envases de plástico razón de estudio es una de las principales generadoras de empleo en la región del Altiplano Hidalguense y que sin duda influye en el desarrollo local, regional y nacional.

Aunque existen diversas investigaciones sobre el tema de la cultura organizacional y su impacto en la competitividad, es un tema de gran relevancia, derivado de que en la

organización razón de estudio, al momento no se ha implantado un programa de Desarrollo Organizacional enfocado hacia este tema, así mismo derivado del planteamiento descrito, resulta fundamental realizar la evaluación de la cultura y definir como impacta en la competitividad, ya que cada organización es diferente y cuenta con una cultura propia y la información que se obtendrá será bajo una metodología definida en la cual se aplicarán diferentes herramientas estadísticas a fin de generar conocimiento propio que permita proponer acciones de mejora, para solucionar la problemática de la organización.

Para Schein (2004) al mejorar la cultura organizacional se contribuye a aumentar la competitividad y por ende el declive y que la diferencia entre las organizaciones exitosas y las que no logran este objetivo se determina en gran medida por los valores y principios que sirven de guía o referencia para su funcionamiento.

Unidad de análisis

La presente investigación se centra en una empresa dedicada a la producción de envases de plástico, que genera una importante fuente de empleo en el municipio de Apan y del Altiplano Hidalguense, por tal motivo y derivado de diversas situaciones visualizadas por los directivos respecto al comportamiento de sus colaboradores, se determina la importancia de evaluar dichos factores a fin de mejorar continuamente la cultura organizacional como parte del proceso de gestión de recursos humanos que incide en la competitividad.

Derivado de lo anterior, la población de análisis indica que la muestra se constituye de 202 trabajadores, de los cuales el 0.5% pertenece al área de Planeación Estratégica, 2.6% al área de Diseño e Ingeniería, 8.6% al área de Logística, 78.7% al área de Operaciones,

1.5% al área Comercial, 1.9% al área de Finanzas, 5.6% al área de Calidad y 1.6% al área de Recursos Humanos.

Por otra parte es importante indicar que dentro del instrumento de medición se definieron las siguientes variables sociodemográficas: sexo, edad, estado civil, antigüedad en la organización, escolaridad, turno y tipo de trabajador.

Diseño

Para el desarrollo de la presente investigación se aborda la revisión de literatura y estado del arte sobre el tema; y se define de tipo descriptiva, debido a que se analizan las variables demográficas y las variables de estudio mediante la estadística descriptiva y finalmente correlacional ya que se identifica el grado de relación existente entre variables definidas en las hipótesis de investigación.

Procedimiento

Se aplicará el cuestionario denominado ICOC (Instrumento de Cultura Organizacional y Competitividad), que medirá las dimensiones de cultura organizacional y la competitividad.

Para la aplicación del instrumento se consideró una población de 428 colaboradores y se calculó una muestra estadística representativa de 202 personas, a quienes se les aplicará el instrumento en las instalaciones de la empresa.

Como parte de la programación de actividades, se define que el instrumento se aplicará durante la tercera semana del mes de septiembre y los resultados se presentarán en el informe correspondiente la segunda semana del mes de noviembre.

Análisis estadístico

Toda vez, que se aplique la totalidad de encuestas, se integrará la información en una base de datos en Excel, posteriormente se procesará en el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS), versión 22 para Windows. De acuerdo a las hipótesis del estudio, se realizarán distintas pruebas estadísticas como son: intervalos de confianza para la media, correlaciones de Pearson y modelos de regresión múltiple. Para evaluar la confiabilidad del instrumento se empleará el Alpha de Cronbach.

Instrumento

Para lograr el objetivo se aplicará el instrumento de medición ICOC (Instrumento de Cultura Organizacional y Competitividad) de Hernández, Mendoza y González (2008) con el cual mediante la escala de Likert, se medirán la cultura organizacional y los factores que influyen en la competitividad de una PYME tal como lo es la empresa razón del estudio, por lo tanto a través de 53 ítems, se analizarán los factores que se presentan en el cuadro 4.

Cuadro 4. Dimensiones Instrumento de Cultura Organizacional y Competitividad

Elemento	Dimensión
Cultura organizacional	<ol style="list-style-type: none">1. Identidad2. Calidad3. Comunicación4. Contribución personal5. Reconocimientos/incentivos6. Capacidades directivas

Competitividad	7. Capacidad de gestión 8. Recursos Humanos 9. Internacionalización
----------------	---

Fuente: Elaboración propia.

Para alcanzar el objetivo propuesto en la presente investigación que consiste en: determinar el perfil de la cultura organizacional y su influencia en la competitividad de una empresa dedicada a la fabricación de envases de plástico, mediante la aplicación del instrumento de medición denominado ICOC (Instrumento de Cultura Organizacional y Competitividad), se plantean las siguientes objetivos específicos, preguntas de investigación e hipótesis:

Objetivos específicos

- Identificar las dimensiones predominantes de cultura organizacional a fin de definir el perfil cultural de la organización.
- Identificar si la cultura organizacional influye en la competitividad de la organización.
- Identificar las tres dimensiones predominantes de cultura organizacional.
- Identificar la dimensión predominante de competitividad.
- Determinar las correlaciones de las variables de cultura organizacional con la competitividad.
- Determinar las variables demográficas que ejercen mayor influencia en la cultura organizacional.

- Determinar las variables demográficas que ejercen mayor influencia en la competitividad.

Preguntas de investigación

- ¿Cuál es el perfil de la cultura organizacional de la organización?
- ¿La cultura organizacional influye en la competitividad?
- ¿Cuáles son las tres dimensiones predominantes en la cultura organizacional?
- ¿Cuál es la dimensión predominante en la variable de competitividad?
- ¿Cuál es el grado de correlación entre la cultura organizacional y la competitividad?
- ¿Cuál es el grado de influencia de las variables demográficas: sexo, edad, estado civil, escolaridad, antigüedad en la organización, área de trabajo, turno y tipo de puesto influyen en la cultura organizacional?
- ¿Cuál es el grado de influencia de las variables demográficas: sexo, edad, estado civil, escolaridad, antigüedad en la organización, área de trabajo, turno y tipo de puesto influyen en la competitividad?

Hipótesis de investigación

H1: La cultura organizacional influye en la competitividad de la organización.

H2: Las dimensiones predominantes de cultura organizacional son: identidad, calidad y capacidades directivas.

H3: La dimensión predominante de competitividad es: recursos humanos.

H4: Las correlaciones de las variables de cultura organizacional con la competitividad son positivas.

H5: Las correlaciones de las variables de cultura organizacional con la competitividad son positivas.

H6: Las variables demográficas de: sexo, edad, estado civil, escolaridad, antigüedad y área influyen en la cultura organizacional.

H7: Las variables demográficas de: sexo, edad, estado civil, escolaridad, antigüedad y área influyen en la competitividad.

Conclusiones

Como parte del avance de la presente comunicación a la fecha solamente abarca la investigación documental y el cálculo de muestra estadística, lo que va a permitir continuar con la aplicación del instrumento de medición para que se puedan contrastar las hipótesis y realizar los análisis estadísticos que permitan definir empíricamente la influencia de la cultura organizacional en la competitividad, ya que hasta el momento de acuerdo a la revisión de la literatura de la cultura organizacional, se ha determinado que es un tema de gran importancia en las organizaciones, diversos estudios han demostrado que la cultura organizacional, influye directamente en la competitividad de las mismas, muchas empresas que han logrado un posicionamiento han demostrado que contar con una cultura sólida ha contribuido a lograr dicho aspecto, en tal sentido resulta importante continuar con la aplicación del instrumento (ICOC) a fin de evaluar el tipo de cultura de la organización razón de estudio y analizar la información mediante modelos estadísticos y como impacta en la competitividad de la organización.

3. FUENTES DE CONSULTA

Barney, J. B. (1986). Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage?. *Academy of Management Review*, 11 (3), 656-665.

Calderón, G. y Serda, H.M. (2009) Relaciones entre recursos humanos y cultura organizacional. Un estudio empirico. *Acta Colombiana de Psicología*, 12 (2), 97-114.

Cantillo, E.F. y Daza, J.M. (2011). Influencia de la cultura organizacional en la competitividad de las empresas. *Escenarios*, 9, (1), 18-23.

Cooke, R. y Lafferty, J. (1983). *Level V: Organizational Culture Inventory* (1). Michigan: Human Synergistics.

Dávila, A. y Martínez, N.H. (1999). Un acercamiento critico al concepto de cultura organizacional: Implicaciones para su estudio en organizaciones latinas. México: Siglo XXI- ITESM.

Davis, S. (1984), *Managing Corporate Culture*. Cambridge, MA: Ballinger Publishing Company

Elvira, M. y Dávila, A. (2005). Cultura y administración de recursos humanos en América Latina. *Universia Bussines Review*, 5, 28-45.

Fernández, M. y Sanchez, J. C. (1997). Eficacia organizacional: Concepto, desarrollo y evaluación. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Hernández, M. Mendoza, J. y Fernández, L. (2008). Construcción y validez del instrumento de Cultura Organizacional y Competitividad (ICOC). Estableciendo puentes en una economía global. Pintado y Payne Coord. Vol. 2, 1-9. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2734274>

Hernández, M., Mendoza, J., y Tabernero, C. (2010). Convergencias y divergencias de la cultura organizacional en empresas manufactureras. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. 17, (1), 110-125.

Hofstede, G., Neuijen, B., Ohayv, D.D., y Sanders, G. (1990). Measuring organizational cultures: A qualitative and quantitative study across twenty cases. *Administrative Science Quartely*, 35, 286-316.

Mariscal, H. D. (2002). *Modelo de innovación del comportamiento de los recursos humanos en las organizaciones: Impacto productivo*. Tesis de Maestría en Administración de empresas publicada, Universidad Autónoma de Nuevo León, México.

Mendoza, I.A., García, B. R. y Méndez, A. (2012). Estudio sobre el perfil de cultura organizacional de trabajadores de una empresa de clase mundial en México. XVIII Congreso de Contaduría y Administración e Informática. México, D.F.

- Mendoza, J. (2013). Cultura organizacional ¿ventaja competitiva?. *Dirección estratégica. La revista de Negocios del ITAM*, 45, Recuperado de: <http://direccionestrategica.itam.mx/cultura-organizacional-ventaja-competitiva/>
- Omar, A y Urteaga, A. F. (2010). El impacto de la cultura nacional sobre la cultura organizacional. *Universitas Psychologica*. 9, (1), 79-92.
- Porter, M. E. (2009). Ser Competitivo. Barcelona: Deusto.
- Rocha, M.L. (2008). *La cultura organizacional en Pemex Gas y Petroquímica básica*. Tesis de Maestría en Administración de Negocios publicada, Instituto Politécnico Nacional, México.
- Schein, E. H (2004). *Organizational cultura and leadership*. (3ª. Ed). San Francisco: Jossey Bass.
- Siliceo, A., Casares, D., y González, J.L. (1999). *Liderazgo, valores y cultura organizacional: Hacia una organización competitiva*. México: McGraw Hill.
- Soria, R. (2008). *Emprendurismo, cultura, clima y comunicación organizacional y su aplicación a la pequeña y mediana empresa en la Zona Metropolitana de Guadalajara, México.España: Eumed*. Recuperado en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/432/>

Zamanou, S. y Glaser, S. (1994). Moving Toward Participation and Involvement. Managing and Measuring Organizational Culture. *Group and Organization Management*, 19, 475-502.

Comportamiento de las Empresas Familiares Dedicadas a la Actividad Hotelera. Estudio de Caso.

Magda Gabriela Sánchez Trujillo
Ma. de Lourdes García Vargas

*Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Escuela Superior Tepeji
Av. del Maestro 400, Col. Noxtongo Tepeji del Rio Hidalgo. Tel. 771 7172000 ext. 5850*

Resumen

Las empresas familiares se encuentran entre las más importantes generadoras de riqueza, empleo y creación de nuevos puestos de trabajo en la mayoría de los países del mundo. El trabajo aspiró a conocer el proceso de separación de propiedad y control en las organizaciones familiares, con las reacciones que esto genera en las relaciones laborales y de familia. Se trabajó en Hoteles de la Región Sur del Estado de Hidalgo, México. La investigación aporta resultados que dan muestra de la importancia clave de la empresa familiar, de la resistencia que viven algunos de sus integrantes que resultan coherentes con otros estudios en la materia y que incide en gran medida en su corta permanencia en el mercado.

Palabras Clave: empresa, familia, cultura empresarial, Miypes.

I. Introducción

Una gran cantidad de hoteles son de administración familiar. Poder estudiar los retos a los que se deben enfrentar estas empresas, amplía la posibilidad y capacidad para trabajar mejor y desarrollar este importante sector de la economía.

Las empresas familiares tienen problemas únicos cuyo origen se encuentran en la interdependencia que existe entre dos sistemas, la familia y la empresa. La relación entre la propiedad, la dirección y el control incrementa el grado de complejidad que puede caracterizar a toda empresa, dificultando, entre otras cuestiones, la vida y continuidad de estas organizaciones. Parte clave del éxito para las empresas está en conjugar la cultura familiar con la empresarial.

Cuando se habla de empresas de familia, se tiende a pensar en empresas pequeñas o Pymes; aunque esto no es necesariamente así. Aunque para efectos del presente estudio estamos considerando micro, pequeñas y medianas empresas.

Problemática

Al ser la hotelería una actividad que necesita para su desarrollo la participación de un equipo multidisciplinario, resulta un ámbito propicio para que diferentes integrantes de una familia puedan encontrar cabida, hacer aportes y desarrollarse profesional y económicamente.

Este sector, se encarga de propiciar muchos servicios a la población residente y a los visitantes de un determinado lugar. Se considera que estas actividades producen un

beneficio suficiente para asegurar la continuidad de las empresas, que son a menudo familiares. Castro, (2005). Pero, hay que reconocer, que no siempre es así; una de las debilidades que las acecha, es el fracaso prematuro.

Un aspecto por demás importante es el manejo de los recursos humanos, la captación y selección de personal que no es sencilla si consideramos que las más de las veces no están claras las reglas de incorporación de personal, ya sean externos o ligados a la familia. En este sentido profesionalizar la prestación del servicio resulta complejo porque la nominación se basa en la cercanía y la confianza sin considerar las competencias y habilidades para desempeñar determinado puesto de trabajo.

Por su parte la claridad en la comunicación, las líneas de mando, el tramo de control ligado la resistencia de delegar, la asignación de funciones, tareas y responsabilidades para cada miembro de la organización son algunos de los factores que rodean la problemática, del manejo de la empresa y la armonía familiar incluido el programa de capacitación que es esencial para ofrecer un servicio de calidad. Schlüter, (2002).

Ligados los aspectos anteriores se presentan conflictos entre propietarios, familia, gerentes, colaboradores relacionados con el proceso de sucesión, afectando el manejo de la empresa, la armonía familiar y la permanencia en el mercado. A partir de lo anterior se presenta el siguiente planteamiento.

1. ¿Cuáles son las principales características generales de las micro y pequeñas empresas MIyPES de la Rama Hotelera, en la región Tula-Tepeji?

Aunque se han estudiado desde varias vertientes éstas empresas existen huecos de información relacionada con el tema, uno de los principales motivos que llevó a desarrollar este trabajo fue contribuir con conocimiento acerca de las empresas familiares dedicadas a la actividad hotelera.

El conocimiento de las ventajas y claves del éxito de éstas entidades, los problemas fundamentales, las vías de solución y los principales retos a afrontar de cara al futuro justifican el interés de abordar desde el punto de vista académico el estudio de la empresa familiar.

En México, más de 90% de las firmas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) tienen una clara representación familiar en el capital y en el control. Por eso es importante hablar de las empresas familiares, de su contribución al desarrollo del país, así como de los esfuerzos para apoyarlas y fortalecer su sostenibilidad.

Los resultados no solo pueden ser útiles para este tipo de empresarios sino, también, para sus asesores y empleados que conviven con ellos y que, frecuentemente, tienen que responder a una empresa en donde no existen límites claros. Lograr el buen funcionamiento de estas empresas de familia y su permanencia en el tiempo beneficiará, sin duda, a la comunidad receptora de estos servicios.

Por lo anterior, nos hemos planteado como objetivo central Identificar el comportamiento y características que rodean las relaciones personales y profesionales que se desarrollan en

hoteles familiares que respalden su crecimiento y permanencia en el mercado, es decir, que faciliten el traspaso generacional.

II. Marco de Referencia

Las empresas familiares son sin duda las unidades económicas más antiguas ya que, a partir de ellas, se inició la organización productiva moderna. La historia económica muestra que, detrás de los avances económicos, las empresas pequeñas y familiares han tenido una eminente participación en la creación de negocios.

En México, como en el resto del mundo, las empresas familiares son un gran generador de riqueza, empleo e innovación. Los censos económicos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI 2010-12), indican que en el país existen 5.1 millones de unidades económicas que dan empleo a más de 27 millones de personas. Cada año se incorporan otras 400,000, la mayoría micro (menos de 10 empleados) y pequeñas empresas (hasta 50 empleados).

De este universo, las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes), que básicamente corresponden al modelo familiar, suman 99% del total, con un promedio de 5.4 empleados. La cifra es similar en Estados Unidos (EE. UU.), donde se estima que 95%, de los negocios son de tipo familiar, así como también en Suiza: 88% Italia: 99% Reino Unido: 76% España: 71% Portugal: 70% Chile: 65% Argentina: 80%. (KPMG, México 2013).

En México, las compañías y conglomerados grandes (más de 250 trabajadores) son verdaderamente una minoría, aunque generan una parte considerable de los empleos y de

PIB. El INEGI ha publicado las mil compañías más grandes del país, mismas que integran el 16.8% de todos los empleos (Petróleos Mexicanos reporta más de 150,000 trabajadores), y que representan apenas 0.03% del total de cinco millones de las empresas en México. Si se revisan otros listados, como el de las 500 empresas más importantes de México se aprecia que en la parte baja del mismo aparecen firmas de alcance regional, quizá con menos de 250 trabajadores. Esto muestra que las empresas de gran tamaño son escasas, y que la responsabilidad de mantener en marcha la economía recae sobre los hombros de las empresas de menor tamaño.

¿Qué es una empresa familiar?

Encontrar un concepto de empresa familiar es el primer requisito para poder construir un marco teórico sólido (Pérez, et al., 2007). La falta de consenso de empresa familiar limita la comparación de resultados en diversos estudios y diferentes regiones. La empresa familiar es un campo de estudio relativamente reciente, si la comparamos con otras áreas de estudios afines (Casillas y Acedo 2007).

De acuerdo al grupo europeo de empresas familiares (GEEF) 2013 una compañía sin importar el tamaño que tenga, es empresa familiar si:

1. La mayoría de los votos son propiedad de la persona o personas que integran la familia que fundó o fundaron la compañía o, son propiedad de la persona que tiene o ha adquirido capital social de la empresa.
2. La mayoría de los votos puede ser directa o indirecta

3. Al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión de la empresa
4. A las compañías cotizadas se les aplica la definición de empresa familiar si la persona que fundó o adquirió la compañía (su capital social), o sus familiares o descendientes poseen el 25% de los derechos de voto a los que da derecho el capital social.

Vemos que existe aceptación respecto a los criterios de propiedad, control, gestión y la intención de transferir la empresa a generaciones futuras, a partir de los cuales surgen diversas definiciones que podemos clasificar.

Tabla 1

Conceptos de empresa familiar

Dimensiones	Autores	Definición
Propiedad	Barnes y Hershon (1976:106)	Cuando el control de la propiedad está en manos de un individuo o de los miembros de una única familia.
	Lansberg,	Empresa en la cual los miembros de una familia tienen el control legal sobre la propiedad.
	Perowy	Es cuando los miembros de la familia poseen al menos el 60% de su propiedad.
	Rogolsky(1988: 2) Donckel	

<p>Gestión/control</p>	<p>Barry(1975:42) Handler(1989:26 2) Neubauer (2003:37)</p>	<p>La empresa que, en la práctica, está controlada por miembros de una única familia.</p> <p>La organización en la cual las principales decisiones operativas y los planes para la sucesión del liderazgo están influenciados por los miembros de la familia que forman parte del equipo de gestión o del consejo de administración.</p> <p>Es la empresa, sea unipersonal o sociedad mercantil de cualquier tipo, en la que el control de los votos está en manos de una familia determinada.</p>
<p>Propiedad y Gestión</p>	<p>Davis(1983:47) Galloy Sveen(1991:18 1-182 Graves y Thomas(2006) Welsch (1993:40)</p>	<p>La organización en la que la política y la dirección están sujetas a la influencia significativa de uno o más núcleos familiares. Esta influencia es ejercida a través de la propiedad y en ocasiones a través de la participación de los miembros de la familia en la gestión.</p> <p>El negocio en el cual una única familia posee la mayoría del capital y tiene el control total. Los miembros de la familia también forman parte de la gestión y toman las decisiones más importantes referidas al negocio.</p> <p>Cuando la mayoría de la propiedad pertenece a la</p>

		<p>familia y al menos uno de los familiares propietarios pertenece al equipo de gestión.</p> <p>Cuando la propiedad está concentrada, y los propietarios o parientes de los propietarios están implicados en el proceso de gestión.</p>
Propensión de Continuidad e Influencia	Fahed-Sreih y Djoundourian(2006:227)	<p>Es cualquier empresa que esté controlada o intervenida por una única familia y que se pretende que permanezca en ella.</p>
Propensión e Continuidad y Gestión	Chua, Chrismany Sharma(1999:25)	<p>Cuando el negocio es gestionado con la intención de compartir y continuar la visión del negocio mantenida por una alianza dominante controlada por miembros de la misma familia o de un pequeño número de familias de manera que ésta sea potencialmente sostenible a través de generaciones de la familia o familias.</p>
Gestión, Propiedad y Propensión de	Claver, Rienda y Pertusa(2004:23)	<p>Aquella organización cuya propiedad y dirección está y en manos de una familia y existe un deseo de continuidad hacia las siguientes generaciones inculcando a sus miembros un sentido de identidad a través de la cultura familiar.</p>

Fuente: Adaptado de Allouche y Amann, 2000

¿Porque considerar a las pymes familiares?

Estudiosos del tema como Pueyo y Repullés, (2005) lo han abordado a fondo, explican que una empresa familiar es diferente a cualquier otro negocio por muchas razones. Cuando nacen de manera poco planeada, la mortalidad es altísima. En otras ocasiones les falta capital o conocimientos y después de los primeros tropiezos los dueños se sienten abrumados, por lo que abandonan la idea. Además, las frenan cuestiones relativas a la administración tales como:

- Una organización poco clara para tomar decisiones sobre las compras, los empleados y el dinero
- Falta de una buena gestión de costos
- Políticas y lineamientos sobre lo que dueños y familiares pueden hacer o deben evitar

Además de lo anterior, tienen el desafío de alinear los intereses de la familia, la propiedad y los objetivos de negocio. Aspecto que tardeo temprano, tienen que decidir para balancear estos temas, además de atender otro aspecto igualmente importante como lo es el diseñar la cadena de mandos y un plan de promociones.

Fortalezas y debilidades de las empresas familiares.

Fortalezas: Varios estudios han demostrado que las empresas familiares superan a sus contrapartes no familiares en términos de ventas, ganancias y otras medidas de crecimiento.

Leach (2001). De acuerdo con Cadbury, (2002). Algunas de estas fortalezas incluyen:

- Compromiso. La familia como dueña de la empresa– muestra la mayor dedicación en que su empresa crezca, prospere y sea traspasada a las siguientes generaciones.

- Continuidad del Conocimiento. Las familias transmiten su conocimiento, experiencia y habilidades acumulados a las generaciones siguientes.

- Confiabilidad y Orgullo. Las empresas familiares tienen su nombre y reputación asociados con sus productos y/o servicios.

Debilidades: Tal vez una de las características más frecuentemente citadas de las empresas familiares es que muchas no logran ser sostenibles en el largo plazo. Por cierto, casi dos tercios de las empresas familiares colapsan o son vendidas por el fundador(es) durante su propio período. Sólo entre el 5 y el 15% continúan hasta la tercera generación en manos de los descendientes del fundador(es). Neubauer, (1998).

Este elevado índice de fracasos entre empresas familiares se atribuye a una multitud de razones. Algunas de estas razones son las mismas que podrían hacer que cualquier otra empresa fracase, al tener gerencia deficiente, insuficiente capital para financiar el crecimiento, control inadecuado de los costos, escasa atención al mercado y la industria y otras condiciones macro. Sin embargo, las empresas familiares también muestran algunas debilidades que son pertinentes a su naturaleza. Según especialistas de KPMG algunas de estas debilidades son:

- Inconsistencia en estrategias y su implementación. Muchas empresas familiares no dan la suficiente atención a áreas estratégicas como: la planeación, la atención al mercado, la innovación de los productos, etc.

- Insuficientes políticas que sistematicen su ejercicio. Las empresas familiares suelen ser más complejas en términos de gobierno que sus contrapartes debido al agregado de una nueva variable: la familia. Lo cual a veces puede llevar a una falta de alineación de los incentivos entre todos los miembros de la familia.

- Escasa estructura de control. Debido a que la mayoría de las familias conducen sus empresas por su cuenta (al menos durante la primera y segunda generación), suele existir poco interés en fijar prácticas y procedimientos claramente relacionados. A medida que la familia y su empresa van creciendo, esta situación puede conducir a muchas ineficiencias y conflictos internos que pueden amenazar su continuidad.

III. Metodología

La investigación se desarrolló como estudio de caso, dado que se trata de una investigación que analiza profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2010) con alcance descriptivo.

El método utilizado para la obtención de datos derivó de las —fuentes de evidencial (Yin, 1994) que implica la entrevista, las encuestas, la documentación de archivos, cuidando con esta multiplicidad la viabilidad y confiabilidad de nuestro caso como lo recomienda Arzaluz, (2005).

No parte forzosamente de hipótesis ni de concepciones preestablecidas, éstas se generaron conforme se recolectaron y analizaron los datos (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2010).

Para el procesamiento y análisis de la información, nos apoyamos en los programas Excel. El diseño de la investigación se apoyó de la teoría fundamentada, ya que las proposiciones surgieron de una manera práctica y concreta, de los datos que se fueron obteniendo (en entrevistas) durante la misma (Hernández-Sampieri et al., 2010).

Muestra

Para la muestra se trabajó con 10 hoteles familiares de los municipios de Tula y Tepeji en el estado de Hidalgo, se consideraron micro y pequeños según el número de empleos generados 4-10 micro, de 11-50 pequeños, que tienen operaciones de más de 5 años y que están registrados en el Sistema Empresarial Mexicano (SIEM), se trabajó con los que pueden dar información relevante para la investigación. De este modo, se establece que la muestra de los hoteles es a conveniencia. La entrevista se aplicó a los propietarios de dichos establecimientos.

Instrumento

La entrevista aplicada a los dueños fue semiestructurada (Pérez, 2005); se planteó de esa manera para poder, en algún momento, variar el orden de las preguntas y la forma de cuestionar, con lo que se logró mayor libertad y flexibilidad en la obtención de la información. Estuvo integrada por 1 cuestionario con preguntas seccionadas por las

siguientes categorías: Propiedad, control, profesionalización, aciertos, dificultades, perspectivas y propuesta de estrategias.

IV. Resultados

En este apartado se presentan y analizan los resultados derivados de la investigación. Como se mencionó anteriormente, el primer paso fue llevar a cabo entrevistas a los propietarios.

Categorías emergentes de las entrevistas.

Categorías	Subcategorías
Propiedad	Gestión de la empresa unipersonal Propiedad de matrimonio fundador Propiedad familiar múltiple Escasos planes de reinversión
Control	Actividades de control unidas al tipo de relación en la empresa familiar Los empleados no son familiares
Profesionalización	Presenta resistencia Predisposición de aprender en la práctica
Aciertos	Impulso a la economía Sobrevivencia de la empresa Experiencia de los sucesores
Dificultades	Comunicación para transmitir la cultura de

	la empresa entre familia y no familia Delegar Separación de propiedad y control Transferencia del modelo de negocio Traspaso generacional
Perspectivas	Visión General
Propuesta de estrategias	Empresas familiares y su trabajo interno Apoyos de gobierno

Fuente: Elaboración propia

De entre todas las categorías sobresalen por la importancia del estudio las que corresponden a las dificultades que enfrentan los propietarios de las empresas participantes y sus propias subcategorías producto de las respuestas obtenidas, mismas que se presentan en la tabla 2.

Por otro lado, se encuentran los aciertos conseguidos por las empresas participantes y mostradas en la tabla 3.

Respecto a cómo mejorar la gestión de las MIyPES del ramo hotelero en la región de estudio emergieron las siguientes relaciones a partir de las subcategorías que se muestra también la Tabla 4.

Tabla2. Concentrado de dificultades las que se han enfrentado las MIyPES del ramo hotelero en la región Tula Tepeji.

Subcategoría	Propietarios
Comunicación para transmitir la cultura de la empresa entre familia y no familia	No compartir la visión con los empleados y los propios integrantes de la familia. Falta de información
Delegación de funciones	Falta de coordinación para delegar funciones
Separación de propiedad y control	El control es ejercido por los miembros de la familia El personal no forma parte de la familia
Transferencia de propiedad y control	No existen normas explícitas que regulen las relaciones empresa – familia
Traspaso generacional	Dependencia de una o dos personas

Fuente: elaboración propia

Como ya se mencionó, la muestra la componen empresas hoteleras micro y pequeñas empresas, con rasgos de similitud en cuanto al comportamiento del estilo de gestión.

Las empresas están afiliadas a diferentes formas jurídicas entre ellas: sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada y personas físicas con actividad empresarial.

Las personas que contestaron el cuestionario 70% han sido proporcionadas por directivos familiares o dueños. El restante por colaboradores que conocen a profundidad a la empresa/familia.

La totalidad de las empresas su capital pertenece al grupo familiar, es decir está conformado por las personas de una misma familia. Dato que resalta que las empresas de la muestra limitan la entrada de accionistas ajenos a la familia.

En relación al dato generacional el 80% de las empresas se encuentra entre la primera y segunda generación. Las empresas de tercera generación representan un 20% de la muestra y el cargo de gerente está ocupado por personal externo.

Dado que el 80% de los hoteleros entrevistados se encuentra en la etapa fundacional, la toma de decisiones y control está fuertemente centralizado. Además como se ha mencionado son pequeñas empresas, lo que lleva a inferir que para ellos no existe la necesidad de delegación, ni profesionalización.

En cuanto a las remuneraciones el 30% de los casos estudiados tienen establecidos asignaciones proporcionales. El 70% la —caja de la empresa y familia es una misma, es decir la familia realiza retiros cuando se requieren y hacen aportes cuando la empresa

requiere fondos. Esto resulta una clara evidencia de la serie de usos y costumbres que en un momento no permite el control y transparencia del uso y destino de los fondos de la empresa y que pudiera representar un peligro para la solvencia de la misma.

En todos los casos se observó una marcada preferencia a emplear miembros de la familia en vez de seleccionar externos, aunque éstos pudieran hacer mejor el trabajo.

También manifestaron que los familiares tienen libertad de involucrarse o no en la empresa por lo que la influencia familiar es escasa 20%.

La mayor dificultad se encuentra en la transmisión del modelo de negocio a las nuevas generaciones, ya que las perspectivas de aceptación son escasas a la hora de asumir la responsabilidad de llevar la dirección de la empresa familiar.

El hecho de que la propiedad y/o control de la empresa esté en todos los casos en manos de miembros familiares, permiten deducir, que esta medida se encuentra implícita en el conjunto de valores que componen un vínculo emocional. Cabe resaltar que 80% de los encuestados reconocen que la administración orgánica es una fórmula deseable y útil para darle seguridad a las estrategias, toma de decisiones y control, pero el hecho es que no hay consistencia en la implementación.

Es de destacarse que solo el 20% de los hoteles tiene planes de reinversión, lo cual es un dato de alerta, ya que éste punto está relacionado directamente con la sobrevivencia de la empresa y el traspaso generacional.

Todo lo anterior muestra el comportamiento que rodea las relaciones personales y profesionales que se desarrollan en hoteles familiares de la zona de estudio.

Tabla 3. Concentrado de aciertos logrados por las MIyPES del ramo hotelero en la región Tula Tepeji.

Subcategoría	Propietarios
Impulso a la economía	Generación de empresas Generación de empleos y empresas con posibilidades de éxito.
Sobrevivencia de la empresa	Desarrollo de arraigo de capital
Experiencia de los sucesores	Capacitación entre empresariado local Mejorar la estructura organizacional de las empresas

Fuente. Elaboración propia

Las empresas familiares generan más de 90% del PIB, y están en todos los giros industrial, comercio y los servicios. Por eso son vitales para el desarrollo económico del país. Es notorio que el 35% de los empresarios entrevistados admiten que sus negocios son todavía frágiles y que su funcionamiento depende de una o dos personas. 80% señala una mayor fortaleza, aun cuando la dependencia se mantenga. Sólo 20%, asegura que ya ha cruzado la línea de la madurez organizacional.

La mayor dificultad se centra en la traspaso generacional a las nuevas generaciones, ya que las perspectivas de aceptación son escasas a la hora de asumir la responsabilidad de llevar la dirección de la empresa familiar.

Tabla4. Concentrado de propuestas de mejora y nuevas estrategias presentadas por las MIyPES del ramo hotelero en la región Tula Tepeji.

Subcategoría	Propietarios
Empresas familiares y su trabajo interno	Profesionalización del trabajo Dar más estabilidad al personal Más y mejores mecanismos de control administrativo y financiero Agilizar los sistema internos de comunicación para toma de decisiones Planificar proyectos de inversión
Apoyos de gobierno	Dar mayor difusión de apoyos de capacitación y obtención de recursos para financiamiento. Disminución de trámites y requisitos Mayor coordinación entre gobierno y empresas Monitoreo de empresas creadas

Fuente: elaboración propia

V. **Discusión**

De acuerdo con el objetivo central de esta investigación se puede concluir lo siguiente:

Existe una importante necesidad de contar con un plan de negocio, una estructura de control eficiente/flexible, y trabajadores o directivos alineados con la estrategia, lo cual se evidencia al observar que sólo 20% de las empresas tiene un plan de sucesión delineado, y esta es una grave amenaza porque el destino del negocio está ligado a la permanencia del fundador y sugiere que no hay planes para formar o ir promoviendo a futuros directores. En este sentido, ¿cómo puede avanzar y asegurarse una empresa que no tiene un plan estratégico? Sólo 20% tiene una bien definida, que se puede medir y corregir en caso de desviarse, lo cual nos indica un área de oportunidad para la gran mayoría de las empresas.

Como se ha mencionado anteriormente la propiedad, junto con los derechos de designación y toma de decisiones estratégicas, regularmente no es clara en las empresas familiares.

En base en los resultados presentados en este documento y de acuerdo a la apreciación general de los involucrados, se puede concluir que han funcionado bien y que se está en proceso de conseguir un mayor impacto en la economía de la zona. Entre los aciertos conseguidos se puede mencionar el interés de acelerar y fortalecer empresas que han generado empleos.

Las empresas del ramo hotelero en la zona de estudio tienen buenas perspectivas, pero también se hace necesario fortalecerlas a través de estrategias como las que a continuación se mencionan:

- Para las MIyPES puede ser suficiente contar con un manual que establezca las reglas mínimas de orden, procesos y control, donde se describan las funciones de cada quién, y se tomen medidas para evitar sorpresas, conflictos de interés y pérdidas innecesarias.
- Establecer una dirección orgánica flexible y no burocrática, que les permita lograr un nivel de profesionalización que vaya en línea con la complejidad y necesidades de la familia y el negocio. A mayor complejidad empresarial/familiar, más robusto y formal tendrá que ser su marco de dirección.
- Por otra parte aunque no se menciona aquí el concepto de gestión de riesgos, es muy importante que los empresarios aprendan a considerarlo y medirlo, porque es uno de los factores más interesantes de la administración contemporánea y asegura la sostenibilidad económica, social y ambiental de las empresas.

Por último, el estudio empírico ha permitido cuantificar las dimensiones de la empresa familiar hotelera, lo cual constituye una contribución en este campo de estudio. Por tanto, consideramos justificada la necesidad de continuar con su estudio e investigación; necesidad que se hace aún más palpable si tenemos en cuenta que la mayoría de las empresas familiares se encuentran en primera o segunda generación y que en los próximos tendrán que afrontar el traspaso generacional.

VI. Referencias

Allouche, J. y Amann, B. (2000). L' Enterprise familiare: un étatde l'art. *FinanceContrôleStratégie*, 3(1), pp.33-79.

Arzaluz, S. (2005). La utilidad del estudio de caso en el análisis local. *Región y sociedad*, XVII (32), 107- 144.

Casillas, J. and F. Acedo (2007). Evolution of the intelectual structure of family business. *Family Business Review*, 20 (2), pp. 141-162.

Castro, R. M. (2005). Desarrollar el servicio para desarrollar el turismo. . Zaragoza, España: Novalia Electronic Editions. pp. 342.

Cadbury, A. (2002). Family Firms and Their Governance: Creating Tomorrow's. *Economic Journal*. 2 (1) pp. 65-74.

Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación*. México, D.F., México: McGraw-Hill.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2010). Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/default.aspx>.

Learch, P. (2001). La empresa familiar. México, D.F, México: Granica.

Neubauer, F. y A.G. Lank. (2003). *La empresa familiar. Cómo dirigirla para que perdure*. Bilbao, Deusto.

Pérez, M. J., R. Basco, J. García-Tenorio, J. Giménez I. Sánchez. (2007). *Fundamentos en la Dirección de la Empresa Familiar. Emprendedor, empresa y familia*, Madrid:Thompson.

Pueyo, C., Ángel y Repollés, J. (2005). *Formación y capacitación de los recursos humanos de las actividades turísticas en el medio rural*. Zaragoza España: NovaliaElectronicEditions. pp. 204-205.

Schlüter, R. (2002). Investigación en turismo y hotelería. *Estudios y perspectivas en turismo*. 11 (1) (2), pp. 11.

Yin, R. K. (1994). *Case Study Research. Design and Methods*. Londres, U.K.: SAGE.

Planeación estratégica aplicada a las microempresas tecnológicas.

Dr. Heber Tamayo Cruz

Mtro. José Aurelio Cruz

*BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN*

RESUMEN

Todas las empresas grandes empezaron por ser pequeñas, algunas no tuvieron como fundamento una base científica de administración pero en algún punto la implementaron y no sólo sobrevivieron sino que crecieron, sin embargo no es ésta la regla sino la excepción. Dada la importancia que tienen las MiPymes en el desarrollo económico del país es necesario volcar nuestro interés en ellas.

La empresa COMSERLI (Computadoras y Servicios de Libres S. A de C. V) tiene ya cinco años de estar prestando servicios de tecnología en el mercado, es la única fuente de ingresos de seis empleados y está en busca de crecimiento en su municipio y expansión hacia otros municipios cercanos a Libres, donde tiene su centro de operaciones. Las oportunidades de empleo que representaría un crecimiento de esta microempresa sería de gran beneficio para la comunidad y por supuesto para los empleados que actualmente ya tiene.

Esta empresa, en su ubicación geográfica, ya cuenta con reconocimiento en el sector, así como con sus clientes, tiene algunos elementos de administración empírica aplicada en su operación lo cual le ha permitido lograr lo anteriormente descrito. Sin embargo para lograr su crecimiento se llevó a cabo una investigación empírica aplicando el análisis estratégico FODA, los estudios de mercado de clientes actuales y potenciales, al

análisis de escenarios, la determinación de factores clave de éxito, para determinar así los objetivos estratégicos, así como los programas estratégicos, con objetivos, estrategias y metas de corto, mediano y largo plazos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las micro, pequeñas y medianas empresas son de gran importancia en el desarrollo económico de cualquier nación, en México, según la Secretaría de Economía, representan el 99 por ciento de los negocios que existen en el país, además de generar el 80 por ciento de los empleos. Esta importancia nos obliga a poner énfasis en el desarrollo y fortalecimiento de estas empresas a través del estudio de sus circunstancias organizacionales, financieras y sociales.

Según datos de la secretaría de economía, las microempresas tienen un periodo de vida que en promedio no rebasa los dos años, al respecto pueden mencionarse un sinnúmero de razones, la crisis económica, la globalización, la falta de apoyos gubernamentales, entre otros, aunque sin duda una de las principales siempre será la falta de preparación de la mayoría de los microempresarios.

Los servicios y productos relacionados con la tecnología han tenido un crecimiento constante en los últimos años y se prevé que este crecimiento no disminuya en la siguiente década. Las microempresas, prestadoras de servicios tales como internet, soporte, mantenimiento y similares, tuvieron un buen auge en esta década.

De acuerdo a cifras del censo económico realizado por el INEGI en 2009, las unidades económicas dedicadas a los servicios profesionales, científicos y técnicos de tamaño micro representaron el 5.9 por ciento del sector servicios, ocuparon el 7.3 por ciento del personal del sector y tuvieron ingresos que representaron el 8.2 por ciento del

total. Estas cifras, aunque aparentemente no representativas, colocaron a este tipo de unidades financieras en el cuarto lugar en importancia, principalmente por la cantidad de personal ocupado.

Dada su importancia como generadores de empleo, este tipo de unidades económicas deberían no sólo permanecer sino crecer, para seguir aportando sus beneficios a la sociedad y a nuestra economía. Es por ello el interés de esta investigación de aportarle a una de estas microempresas, a través de recursos de planeación estratégica, los elementos necesarios para estructurarla y lograr a futuro, consolidarla y apoyar su crecimiento.

OBJETIVO GENERAL

Estructurar a la organización y diseñar un plan estratégico para la microempresa COMSERLI (Computadoras y Servicios de Libres S. A de C. V).

METODOLOGÍA

La investigación realizada fue de tipo cualitativo y cuantitativo, ya que inicialmente se realizó un diagnóstico FODA dentro de la organización, a partir de él se formularon la misión, la visión y los valores de la organización.

El método empleado fue inductivo ya que a través de un análisis estratégico y de un estudio de mercado realizado a una muestra de los clientes reales de la microempresa se formuló un plan estratégico para satisfacer las necesidades de éstos.

Se empleó el tipo de estudio descriptivo, los talleres e instrumentos aplicados describen en el apartado de diagnóstico y en los anexos.

Una vez identificada la muestra se aplicó un cuestionario para obtener el grado de aceptación y necesidad de los clientes en cuanto a la implementación de nuevos productos o servicios.

Las fuentes de información primaria son pues, los datos obtenidos en el estudio FODAy el de mercado. Las fuentes secundarias los textos de información teórica relacionada con la investigación, por último información sobre planes de gobierno en apoyo a este sector.

Como parte de la investigación teórica se emplearon fuentes bibliográficas, hemerográficas y electrónicas. La investigación de campo se realizó a través de entrevista, grupo focal, encuesta a clientes reales, y hojas de registro de datos.

EL CONCEPTO DE ESTRATEGIA EN LA ORGANIZACIÓN

La palabra estrategia deriva del griego —strategía o estregosll, su significado —arte de ser generalll muestra su relación directa con las artes militares, ya que fue en la guerra donde la estrategia tuvo su primera aplicación.

El primer texto conocido sobre estrategia se le atribuye al general chino SunTzu, fue escrito hace ya más de dos mil años, conocido como El arte de la guerra, este texto contiene una serie de ideas y preceptos sobre estrategia militar que se han aplicado no sólo con este fin, sino en áreas donde se vive en una ambiente de competencia.

Quizá por ello la definición más acertada es la que relaciona la estrategia en los negocios con la estrategia en la guerra y en la política. Esto supone considerar a la estrategia como una acción encaminada a conseguir algo ansiado por varios competidores.

El término se ha ido abriendo paso progresivamente en el campo de la administración de negocios y organizaciones hasta devenir en una línea de pensamiento,

una forma de entender la dirección y una metodología de análisis y planificación de las acciones a desarrollar (Garrido Buj, 2006).

Su uso se ha vuelto común en el ámbito empresarial, aunque no siempre se le ha atribuido un correcto significado, en ocasiones se usa el término como indicativo de algo que se trata de realizar. Otro error común es identificar estrategia con planeación, cuando ésta última surge de un proceso reflexivo y metódico y la estrategia de un análisis o de una idea que se concreta en el correspondiente plan. La estrategia pues, debe identificarse con la acción y no con la planeación (Garrido Buj, 2006).

La estrategia suele asociarse al éxito, ya que en cualquier ámbito, detrás de cada éxito está una firme decisión de conseguirlo y una estrategia potente y coherente. No obstante no es sinónimo de finalidad, antes de formular una estrategia es necesario plantearse la misión y visión de la organización. Atañe al logro de fines, no a su especificación, se preocupa de cómo alcanzar los objetivos, no de cómo estos son o deberían ser, o como son establecidos. (Garrido Buj, 2006)

Estrategia tampoco es sinónimo de resultados, es un curso de acción que puede conducir o no al resultado esperado, pero aun cuando no lo consiga, su valor está en la reflexión previa que conlleva su concepción.

Otra característica de la estrategia es su inmediatez, dado que es acción sólo tiene sentido en un momento del tiempo y en un contexto determinado, esto obliga a un proceso continuo de revisión y actualización.

La estrategia consiste en una acción destinada a mantener o alterar la fuerza de la empresa ante sus competidores, para alcanzar, mantener o mejorar una posición considerada positiva o favorable. Esto nos introduce a un nuevo concepto, la ventaja

competitiva, que es un elemento diferenciador que hace que la empresa obtenga resultados positivos.

La necesidad de una estrategia, sobre todo para los pequeños empresarios, es de suma importancia, ya que no éstos no cuentan con los recursos o empuje de las empresas grandes.

De lo anteriormente expuesto se deduce que no se puede llegar fácilmente a un concepto unitario de estrategia en el campo de los negocios, la múltiples facetas y aspectos que deben considerarse, su relación específica con el tiempo y lugar en el que es desarrollada le da al término una versatilidad que no permite una definición concreta aceptable como única, sin embargo puede lograrse una definición integradora y global (Hax & Majluf, 2008)

Desde este punto de vista la estrategia se convierte en un marco fundamental a través del cual una organización afirma su continuidad y facilita su adaptación a un medio cambiante, en su núcleo existe una búsqueda intencional para alcanzar la ventaja competitiva en cada negocio en el que la empresa está comprometida, y con ello orientarse a los beneficios de los accionistas, empleados, directivos, clientes, proveedores, acreedores, la comunidad, el gobierno y otros. (Hax & Majluf, 2008)

Henderson con respecto a la estrategia, dice que ésta es la deliberada búsqueda de un plan de acción a través del cual se desarrollará la ventaja competitiva del negocio, en su obra sobre el origen de la estrategia hace una analogía entre la competencia por la supervivencia en la naturaleza y en el mundo de los negocios, la evolución y la supervivencia son producto de una adecuada estrategia (Henderson, 1989).

Para Porter, estrategia es encontrar una manera diferente de competir, es encontrar aquello que hará distinta a una organización en particular, brindando una ventaja

competitiva, estrategia es hallar un lugar distinto para que la organización dé valor. No es hacer mejor lo mismo, es ser diferente. (Porter, 1996)

CLASIFICACIÓN Y TIPOS DE ESTRATEGIA

Existen diversos tipos de estrategias aplicables a una organización, algunas de ellas se mencionan a continuación:

1. Estrategias externas e internas.
2. Estrategias materiales y humanas.
3. Estrategias maestras o corporativas y divisionales.
4. Estrategias funcionales.
 - 4.1 Estrategias de crecimiento
 - 4.2 Estrategias del producto
 - 4.3 Estrategias de mercado
 - 4.4 Estrategias financieras

Existen tantas estrategias como objetivos se definan dentro de una organización, éstas pueden esquematizarse de la siguiente manera:

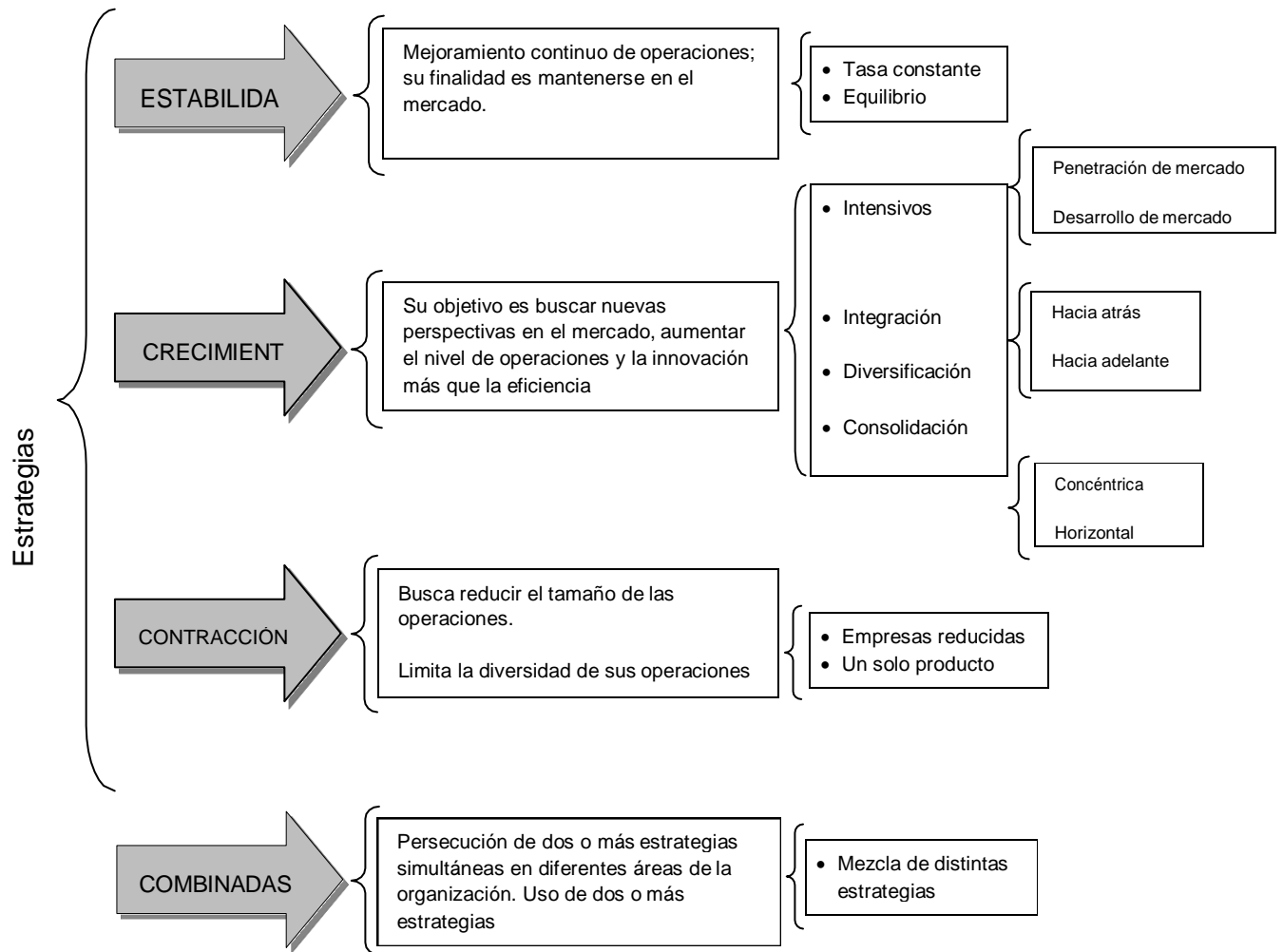


Figura 1. Tipos de estrategias (Münch, 2008)

ENFOQUES

La elección e implementación de la estrategia en la organización ha sido abordada desde diversos puntos de vista o enfoques desde su uso en el proceso de planeación, el momento histórico o las razones para implementarla han dado origen a diversas escuelas, mismas que se exponen en los siguientes apartados

Enfoque de diseño de estrategias

Philip Selznick (1957), Alfred Chandler (1962) y Kenneth Andrews (1965) son los principales exponentes del enfoque de diseño de estrategias (Münch, 2008), su propuesta básica es:

- Las estrategias son resultado de un proceso de pensamiento
- El proceso de planeación está a cargo del directivo
- La planeación es simple e informal para ser accesible a todos
- Cada situación debe ser atendida por estrategias únicas

Enfoque de planificación FODA

Ansoff y Steiner parten de un análisis del entorno y de las circunstancias internas de la organización. Los enfoques más recientes de esta escuela ya incluyen el control estratégico y los sistemas de control como un elemento adicional para impulsar la planeación estratégica (Münch, 2008), Robert Simmons (1995) y Mintzberg (1994), son representantes de esta corriente, sus principales aportaciones son:

- El análisis FODA, acrónimo de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas
- La metodología a partir de la fijación de objetivos y el análisis interno y externo, la evaluación de estrategias y la implantación.

Enfoque mercadológico o de posicionamiento

En cuanto al enfoque mercadológico o de posicionamiento encontrarnos a Michael Porter (1980) y Philip Kotler, los principales supuestos de esta escuela son:

- Planear con énfasis en las necesidades de los clientes
- Las estrategias son posiciones genéricas comunes e identificables en el mercado
- El mercado es un concepto económico y competitivo
- La formulación de estrategias implica realizar un análisis de información para la toma de decisiones, la elección de estrategias y su aplicación son resultado de lo anterior

CONTEXTUALIZACIÓN

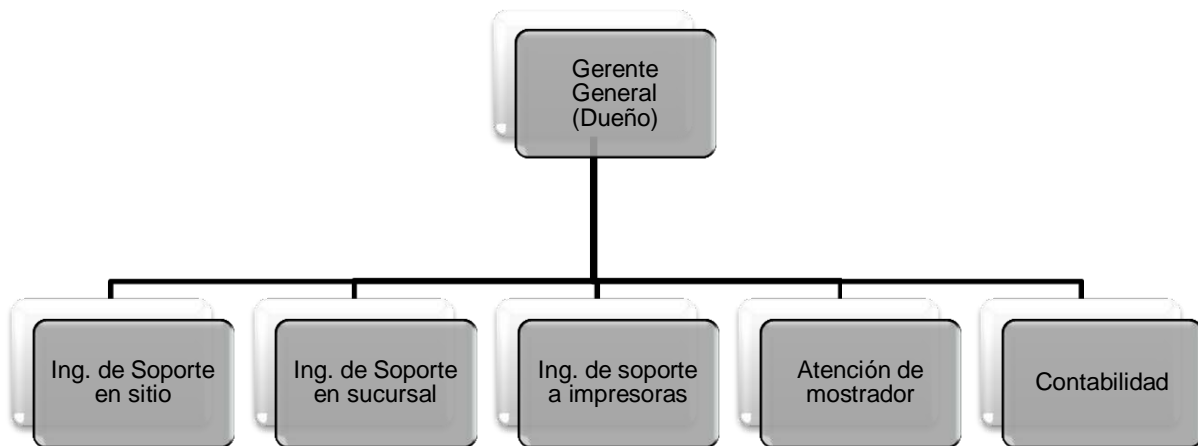
Libres es un municipio ubicado en la parte centro-norte del estado de Puebla, a 65 km de la ciudad de Puebla, colinda al norte con los municipios de Ocoteppec, Cuyoaco e Ixtacamaxtitlán, al oriente con Oriental y Tepeyahualco y al poniente y sur con el estado de Tlaxcala. En cuanto a su extensión, el municipio tiene una superficie de 304,89 km². De acuerdo al último censo realizado por el INEGI, el municipio de Libres tiene 31,532 habitantes en su mayoría dedicados a su principal actividad económica, la agricultura. Este municipio cuenta con 78 escuelas de educación básica y media superior.

La empresa COMSERLI S. A. de C. V. fue creada en 2009, no como una empresa de servicios de tecnología, sino como un café internet, posteriormente, dada la necesidad de este servicio en otras localidades cercanas al municipio se incluyó el servicio de instalación de computadoras y conexión a internet, para replicar este tipo de negocios hacia otras

localidades. A partir de este comienzo se incluyó también la venta de accesorios para computadora, equipos de cómputo, impresoras, cartuchos y por tanto también servicios relacionados con ellos.

Actualmente tiene dos ingenieros de soporte técnico para computadoras, un técnico de soporte a impresoras y dos vendedoras de mostrador. El organigrama actual se muestra a continuación:

Figura 1. Organigrama de COMSERLI



Productos y Servicios que ofrece

La empresa actualmente ofrece los siguientes servicios:

- Diagnóstico y reparación de computadoras. El servicio es brindado en sus instalaciones o a domicilio.
- Diagnóstico y reparación de impresoras. El servicio es brindado en sus instalaciones o a domicilio.

- Recarga de toners y cartuchos para todo tipo de impresoras.
- Venta de equipo de cómputo.
- Servicio de instalación de computadoras con conexión de internet.
- Instalación de antenas replicadoras del servicio de internet.
- Instalación de terminales punto de venta.
- Venta de mobiliario de oficina.

Clientes

La empresa COMSERLI, al ser la única en la zona que abarca venta y servicios relacionados con tecnología acapara en su mayoría a los posibles clientes de la región.

En general sus clientes se pueden organizar en dos grupos:

0 **Minoristas:** Estudiantes, profesores. Personas que requieran algún producto o servicio relacionado con equipo de cómputo.

0 **Mayoristas:** Escuelas, empresas de otros giros, gobierno local.

Tiene los problemas característicos de una microempresa, pero el principal es que carece de una organización y por tanto de planeación formal, aunque ya ha implementado algunas optimizaciones en sus procesos operativos aún tienen áreas de oportunidad que su gerente y propietario reconoce y quiere abordar, con la finalidad de fortalecer su empresa. Como puede observarse en su organigrama todas las actividades son supervisadas directamente por el dueño.

DIAGNÓSTICO

El principal objetivo es conocer en qué medida, tanto los directivos como el personal que labora en la empresa tienen en mente la misión, visión y valores, además de saber cómo perciben las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para la organización.

Por ser pocos empleados se decidió aplicar el instrumento a manera de entrevista en grupo (focusgroup), en la que participaron el Director General, los mandos medios: Ingeniero de Soporte en Sitio, Ingeniero de Soporte en Calidad, Ingeniero de Soporte a Impresoras, un operativo (atención a mostrador) y una persona del personal de apoyo (staff de contabilidad); entrevista dirigida al entendimiento de los conceptos y su interpretación, con ideas que al ser platicadas en grupo se pudieran concretar en una sola que mostrara en consenso la percepción de todos ellos. El estudio se llevó a cabo durante un lapso de tres meses.

Por lo que se refiere al sondeo de atención a clientes se aplicó a una muestra de 30 cuestionarios- el tamaño de la muestra se definió por medio del Teorema del Límite central (Proaño, Humberto 1983:169-170) aplicándose por medio del método sistemático (en cadena) a lo largo de 7 días divididos en tres turnos: matutino, vespertino y nocturno, debido a que los tipos de clientes en cada uno de ellos tienen diferentes características.

Con el análisis interno y externo, apoyado por los instrumentos de análisis propuestos por Porter, como son la cadena de valor y el análisis de los factores de la industria y el análisis FODA podemos diagnosticar la situación actual de la empresa:

COMSERLI, goza de un buen prestigio en la comunidad, sus clientes les recomiendan a otros clientes, con la cual la empresa no ha tenido necesidad de invertir

en publicidad, vislumbra la necesidad de hacerlo, aunque previamente deberá trabajar en un diseño de marca.

Su principal ventaja competitiva está en la especialización de su personal en la atención de los servicios de soporte, la comunidad reconoce que aunque el servicio puede no ser el más económico para ellos en la región, es de confianza y les dará el mejor valor por su dinero. Sin embargo el personal no muestra conformidad con su modo de contratación, ya que como tal no cuentan con un contrato, esto no fomenta el sentido de pertenencia a la empresa y puede darse la fuga de talento, ya que por el tiempo que llevan laborando en ella conocen a detalle los procesos y en algún punto podrían ser fundadores de una industria emergente y convertirse en competidores potenciales.

Asimismo, el personal no siente que recibe la motivación necesaria para realizar sus actividades, no sólo en sentido económico, mencionan la ausencia de corresponsabilidad de parte del gerente como respuesta a su compromiso con las actividades que realizan.

Han identificado mejoras u optimizaciones para sus procesos pero no se sienten motivados ni escuchados para ponerlos en práctica, se carece de autoridad para toma de decisiones en el nivel operativo, todas las acciones son determinadas por el gerente y dan como resultado un sentimiento de indiferencia hacia los resultados obtenidos.

Como parte de su permanencia en la empresa y como su aportación a ella, se preparan de manera personal en cuestión de nuevas tecnologías y productos pero ésta inquietud podría realizarse de manera más formal por parte de la empresa y sería percibido como un apoyo e interés de la empresa hacia ellos.

Otros competidores aún no han asimilado todos los servicios que ofrece la empresa, ni se encontrado su ventaja competitiva, esta se convierte en una ventaja para la empresa COMSERLI.

Las instalaciones se han acondicionado para que el cliente perciba que es atendido por personal especializado y profesional. Así mismo esto ha permitido atender con mejor calidad los servicios que se les encomiendan a los ingenieros de soporte, aun cuando falta un inventario de herramienta y completar ésta, el material es suficiente para atender con cierta celeridad los requerimientos, inclusive pueden atender urgencias.

Se detectan oportunidades de negocio, en cuestión de capacitación para los compradores de productos, sirviendo éste como incentivo de compra. El personal actual podría percibir algún ingreso adicional al realizarlo y sería una manera de incentivar su permanencia en la empresa.

Muchos servicios se pueden estandarizar para asegurar su calidad final, sin embargo no se tienen diseñados los checklist de servicio. Es otra actividad que puede realizarse en conjunto con el personal.

Se cuenta con suficientes proveedores para asegurar el suministro adecuado de material, sin embargo su ubicación centralizada en la ciudad de Puebla obliga a realizar continuos viajes para surtimiento de material, además de que no se realiza un análisis de la información que se tienen sobre los productos más vendidos y por tanto no se realizan previsiones de compra ni optimización de esta logística de adquisiciones.

El gerente siente un compromiso hacia su comunidad y considera la posibilidad de integrar el desarrollo de la empresa a través de alguna aportación hacia ella.

Misión, Visión, Valores de la empresa.

Durante el taller de diagnóstico interno, se pudieron obtener ideas que permitieron formular la misión, visión y valores de la empresa, estos se exponen a continuación:

Misión: (Razón de ser de la empresa. Necesidades que satisface en sus clientes)

Concepto	Frecuencia	Frecuencia
	absoluta	Relativa
Conocimiento técnico especializado	5	56%
Conocimiento de productos de tecnología	2	22%
Contacto cercano con los clientes	2	22%
Total	9	100%

Acercas de qué cómo ubican la razón de ser de la empresa o necesidades que ésta satisface en sus clientes, se encontró que se reconoce plenamente su capacidad para dar soporte técnico especializado acorde a lo que se necesita en la región, que la empresa cuenta además con la capacidad de dar consultoría en cuanto a los servicios y productos que ofrecen, satisfaciendo las necesidades reales de sus clientes.

Misión: Ofrecer a nuestros clientes servicios de consultoría para la adquisición de productos de la mejor tecnología, así como servicios de instalación y soporte técnico especializado.

Visión: (Imagen del futuro en un escenario deseable y factible)

Concepto	Frecuencia	Frecuencia
	absoluta	Relativa
Capacitación	4	44%
Reconocimiento en la región	4	44%
Satisfacer las necesidades de los clientes	3	33%
Total	11	100%

Sobre cómo perciben a la empresa en el futuro, se considera a la capacitación como un elemento clave para irse acoplado a las necesidades y cambios tecnológicos, se reconocen las posibilidades de crecimiento que se tiene en la región y que éstas pueden ser satisfechas si se está preparado para ellas,

Visión: Ser líder en la venta de productos y servicios de tecnologías de información en la región, capacitando constantemente a nuestros especialistas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Filosofía y valores: (Guías de comportamiento ético individual y empresarial)

Concepto	Frecuencia	Frecuencia
	absoluta	Relativa
Honestidad	6	67%
Responsabilidad	5	56%
Compromiso	4	44%
Total	15	100%

La honestidad, compromiso y responsabilidad son valores primordiales no sólo hacia los clientes sino entre directivos y empleados.

Nuestra empresa se basa en la honestidad hacia nuestros clientes, en proporcionarles aquello que realmente satisface sus necesidades, trabajando con responsabilidad y compromiso entre nosotros ofrecemos los mejores productos y servicios.

DISEÑO Y ANÁLISIS DE ESCENARIOS.

El diseño de un escenario de futuro es una herramienta de previsión que está en sintonía con la cada vez mayor incertidumbre que se percibe en el mundo actual. Su atracción y sus beneficios residen en su naturaleza cualitativa. Aunque, durante las tres últimas décadas, se han presentado muchos enfoques para la creación de situaciones de futuro, es posible crear un conjunto de principios generalmente aceptados para diseñar dichos escenarios.

Los escenarios ofrecen una alternativa interesante a la escasa precisión de los pronósticos de cálculo exacto. Es más interesante diseñar o imaginar una visión de futuro que calcularla matemáticamente, dado que el carácter cualitativo de los escenarios se complementa perfectamente con la cambiante realidad de estos tiempos.

El diseño de un escenario es una práctica con carácter propio. Para realizar el análisis de uno de ellos, los expertos en estrategia pueden proponer diversos procedimientos, ya que no existe un modelo estándar. Además, el carácter variable y, a veces, casi intuitivo de cada uno de los escenarios dificulta la tarea de unificar el proceso de creación y desarrollo de una visión de futuro. Se observa que, en muchos

casos, las exposiciones están adornadas con un lenguaje retórico y afirmaciones ambiguas que oscurecen su puesta práctica, sobre todo cuando se trata de casos prácticos de negocios.

En los últimos años se ha defendido la creación de cuatro o cinco escenarios. En este caso, se presentarían independientes, viables todos ellos y con un único tema que describa su contenido; así se podrá considerar cada una de las alternativas de igual forma.

Los escenarios que se que se pueden diseñar a partir de la información con la se cuenta son dos, el óptimo y el no deseable:

Escenario Crecimiento. Este escenario sería el deseable para la empresa, implica que se pueda:

- a) Mantener a los clientes actuales y conseguir nuevos
- b) Mejorar las relaciones con proveedores y conseguir mayores ventajas de ellos
- c) Mantener finanzas sanas
- d) Hacer alianzas estratégicas
- e) Mantener su ventaja competitiva de especialización
- f) Se crean nuevas relaciones comerciales
- g) Son requeridos nuevos servicios
- h) Se incrementa la cantidad de personal
- i) Se abren sucursales
- j) Se tienen una marca propia con reconocimiento y con buena participación en el mercado

Escenario estancamiento y crecimiento de la competencia, este sería el no deseable e involucraría las siguientes situaciones:

- a) Los competidores identifican los elementos que forman parte de la ventaja competitiva del negocio
- b) La imitan e inician una guerra de precios
- c) No se consigue mejorar los costos con proveedores
- d) Los proveedores presionan para aumentar el nivel de consumo
- e) Los clientes exigen un mayor valor agregado a los servicios e incrementan los costos de los mismos.

FACTORES CLAVES DE ÉXITO

Para lograr los escenario óptimos se han identificado los siguientes factores claves de éxito:

- Regularizar la situación laboral de los empleados.
- Documentar las actividades de cada puesto con una descripción de puestos.
- Realizar un reglamento interno.
- Realizar un plan de capacitación.
- Delegar actividades operativas.
- Utilizar una herramienta para el control de incidentes.
- Optimizar el manejo del inventario.
- Generar un procedimiento de compras.
- Generar políticas de crédito y cobranza.
- Documentar los procedimientos operativos.

- Incentivar a los empleados.

ELECCIÓN DE ESTRATEGIAS.

Para llegar al escenario óptimo, descrito se tienen que adoptar las siguientes estrategias:

Estrategias materiales y humanas.	Estrategias maestras o corporativas y divisionales.	Estrategias funcionales.
Crear en el personal el sentido de pertenencia y lealtad hacia a la empresa.	Buscar más oportunidades de negocio.	Delegar la toma de decisiones operativas a los expertos de cada unidad de negocio.
Regularizar la situación laboral de los empleados y el proceso de contratación.	Diseñar una marca	Buscar nuevos proveedores.
Optimizar el control de inventarios	Documentar la información para la toma de decisiones	Establecer políticas de desempeño para los empleados

FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

El plan para conseguir la realización del escenario óptimo, siguiendo las estrategias mencionadas previamente se podría agrupar en tres grupos

Estrategias materiales y humanas.

Objetivos estratégicos	Corto plazo (1 año)	Mediano Plazo (2 a 3 años)	Largo Plazo (4 a 5 años)
-------------------------------	----------------------------	-----------------------------------	---------------------------------

Proporcionar

uniformes

Crear en el personal el sentido de pertenencia y lealtad hacia a la empresa.	Generar un reglamento interno	Realizar un plan de incentivos o	Diseñar un plan de
	Buscar la capacitación y certificación del personal para hacer crecer su grado de especialización.	incremento anual de salarios de acuerdo a rendimiento	carrera para cada perfil de empleado

Regularizar la situación laboral de los empleados y el proceso de contratación.	Realizar la descripción de cada puesto de trabajo.	Realizar un plan de evaluación del personal para asignar incrementos de	Establecer reconocimientos por antigüedad
	Elaborar los	sueldo o incentivos	

contratos de todo el personal.

Realizar un inventario y rematar saldos

Contar con un sistema de inventarios que permita obtener reportes en línea de las disponibilidades y costos de cada

Vincular el inventario al procedimiento de compras y ventas

Optimizar el control de inventarios Ligar el inventario al sistema de atención de incidentes

Generar un artículo de procedimiento de compras

Estrategias maestras o corporativas y divisionales.

Objetivos estratégicos	Corto plazo (1 año)	Mediano Plazo (2 a 3 años)	Largo Plazo (4 a 5 años)
Buscar más oportunidades de negocio.	Realizar un estudio de mercado para analizar	Obtener contratos anuales de servicios con los clientes regionales	Ampliar las áreas de atención a la ciudad de Puebla

necesidades de los
clientes potenciales

Diseñar una marca

Contar con una
marca que englobe
todas las unidades
de negocio

Realizar un plan
anual de
mercadotecnia

Lograr
posicionamiento de
la marca en el
mercado

**Documentar la
información para la
toma de decisiones**

Contar con la
información de
ventas, compras,
inventarios y
servicios en una
base de datos.

Utilizar herramientas
de administración
específicas para cada
actividad y que se
comuniquen entre
ellas

Contar con un
Balance Score Card

Crecimiento

Realizar alianzas
estratégicas con
clientes y
proveedores de la
región

Realizar un estudio
de mercado para
ubicar un lugar de
expansión en la
región norte del
estado

Crear una cadena de
sucursales de soporte
Puebla-Libres-
Teziutlán

Estrategias funcionales.

Objetivos estratégicos	Corto plazo (1 año)	Mediano Plazo (2 a 3 años)	Largo Plazo (4 a 5 años)
Delegar la toma de decisiones operativas a los expertos de cada unidad de negocio.	Poner en funcionamiento un organigrama que asigne las funciones correspondientes a cada unidad de negocio.	Delegar las funciones gerenciales en una persona contratada con ese fin	La organización funciona independientemente al dueño-fundador
Optimizar la operación diaria	Implementar una herramienta para la administración de incidentes y requerimientos de servicios	Toda la organización tiene acceso a la herramienta y utiliza para la operación diaria	Se integra la herramienta en el catálogo de servicios de soporte.
Establecer políticas de desempeño para los empleados	Documentar todos los procesos realizadas en la empresa	Generar indicadores de desempeño para cada puesto de trabajo	Tener un plan de recompensas laborales con base en los indicadores de desempeño

Certificaciones

Buscar las certificaciones técnicas de mayor valor en el sector e incentivar a los empleados a conseguirlas. Implementar las mejores prácticas de las empresas de servicios de tecnologías de información. Contar con Certificación ITIL.

Mejorar procesos

Crear un proceso de compra que se responsabilice de obtener el mejor precio para los productos. Búsqueda de nuevas relaciones comerciales con proveedores.

CONCLUSIONES

Las microempresas mexicanas dependen de sus dueños y líderes para sobrevivir, la mayoría, heredero o fundador, carece de conocimientos suficientes de administración para lograr mantener a su empresa en su sector por más de tres años, existen casos, no

obstante, donde a pesar de estas carencias se cuenta con el talento y condiciones externas necesarias para lograr la subsistencia y el crecimiento.

Este es el caso de la empresa COMSERLI, que empezando de lo más sencillo fue creciendo y creando una ventaja competitiva que lo ha mantenido a la cabeza en la industria a la que pertenece, apoyado sí, por la necesidad de la región con la cual ha ido creciendo.

Los resultados que se obtuvieron en la sesiones en cuanto a fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas fueron:

Fortalezas identificadas:

- Buenas relaciones comerciales con sus proveedores
- Personal con buen grado de preparación
- Capacidad de auto aprendizaje
- Personal conoce lo que ofrece la empresa y lo recomienda
- Atención personalizada a clientes
- Capacidad para atender servicios con distintos niveles de urgencia
- Instalaciones adecuadas para la realización de la operación diaria

Debilidades identificadas:

- Material insuficiente para el desempeño de sus actividades de soporte
- No se involucra a los especialistas de soporte en la parte de diagnóstico para la venta de servicios
- Rotación continua del personal de ventas y atención en mostrador
- Falta de formalidad

- No se encuentran definidas claramente las responsabilidades del personal
- No se tienen definidos tiempos de respuesta para los servicios
- No se tienen procedimientos de atención (Checklist de servicio)

Oportunidades identificadas:

- Mejorar los precios
- Capacitarse sobre nuevas tecnologías o productos
- Clientes nuevos que requieren servicios de instalación de internet
- Necesidad de capacitación de los clientes para el uso de equipo de cómputo

Amenazas identificadas:

- Crecimiento de los competidores
- Pérdida de las ventajas competitivas

Como en el objetivo de esta investigación sólo se contempló el diseño del plan estratégico y no su implementación no será posible comprobar su efectividad, sin embargo se tienen amplia seguridad de que la elección de las estrategias y los objetivos le darán a la empresa la estructura y control que requieren para continuar fortaleciéndose.

En el modelo que se siguió no se planteó el análisis costo-beneficio, sin embargo, teniendo ya como resultado de esta investigación una misión en la que todos

se reconocen partícipes, una visión que los guía y los valores que comparten como empresa se espera éxito y la consecución de todos los objetivos planteados.

BIBLIOGRAFÍA

- Ackoff, R. L. (2008). *Planificación de la empresa del futuro*. México: Limusa.
- Ansoff, H., Declerck, R., & Hayes, R. (2003). *El planteamiento estratégico. Nueva tendencia de la administración*. (2a. ed.). México: Ed. Trillas.
- David, F. R. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica* (Novena Edición ed.). México: Pearson Education.
- Garrido Buj, S. (2006). *Dirección estratégica* (2a ed.). Madrid, España: McGraw Hill/Interamericana de España.
- Hax, A., & Majluf, N. (2008). *Estrategias para el liderazgo competitivo*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Henderson, B. D. (1989). The Origin of Strategy. *Harvard Business Review*(Noviembre - Diciembre).
- INEGI. (03 de 2013). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Obtenido de Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>
- Lorange, P., & Vancil, R. F. (1976). *How to Design a Strategic Planning System*.USA: Harvard Business Review.
- Proaño, Humberto (1983). *Estadística Aplicada la Mercadotecnia*. Ed. Diana. México

Münch, L. (2008). *Planeación estratégica. El rumbo hacia el éxito* (2a ed.). México: Trillas.

Mintzberg, H. (1994). *The rise and fall of strategic planning*. New York: Library of Congress.

Porter, M. (2010). *Estrategia Competitiva*. México: Grupo Editorial Patria.

Porter, M. E. (November de 1996). *What is strategy?* Recuperado el 25 de Noviembre de 2012, de Harvard Bussiness Review: <http://hbr.org/1996/11/what-is-strategy/ar/1>

Schnaars, S., & Ziamou, P. (. (25 de Enero de 2013). *Ideas de negocios en red*. Obtenido de Ideas de negocios en red: <http://winred.com/management/como-disenar-un-escenario-de-futuro/gmx-niv116-con1727.htm?npc=3>

Steiner, G. A. (1983). *Strategy Planning. What Every Manager Must Know* (1a ed.). (G. E. Ureña Gutierrez, Trad.) México: Grupo Editorial Patria.

Vargas Hernández, I. (15 de Enero de 2013). *Pymes generan 81% del empleo en México*. Obtenido de CNN Expansión: <http://www.cnnexpansion.com/mi-carrera/2013/01/14/pymes-generan-81-del-empleo-en-mexico>

Anexo I. Instrumento de diagnóstico

1. MISIÓN.

(Es la necesidad o necesidades que una empresa satisface)

A continuación exprese en tres ideas cuál puede ser la misión de la empresa:

I. _____

II. _____

III. _____

2. VISIÓN.

(Es la imagen que se tiene en el futuro para la empresa dentro de un escenario deseable y factible)

A continuación exprese en tres ideas cuál puede ser la visión de la empresa:

I. _____

II. _____

III. _____

3. VALORES

(Guías de comportamiento ético individual y empresarial)

A continuación exprese tres valores que sean los primordiales para usted y la empresa:

I. _____

II. _____

III. _____

4. FORTALEZAS

(Características internas que impulsan el desarrollo de la empresa)

A continuación indique tres fortalezas de la empresa:

I. _____

II. _____

III. _____

5. DEBILIDADES

(Características internas que limitan el desarrollo de la empresa)

A continuación indique tres debilidades de la empresa:

I. _____

II. _____

III. _____

6. OPORTUNIDADES

(Situaciones o condiciones externas que pueden aprovecharse para el desarrollo de la empresa)

A continuación indique tres oportunidades para la empresa:

I. _____

II. _____

III. _____

7. AMENAZAS

(Situaciones o condiciones externas que pueden afectar el desarrollo de la empresa)

A continuación indique tres amenazas para la empresa:

I. _____

II. _____

III. _____

Comentarios:

Encuesta de servicio

Estimado cliente, con la finalidad de mejorar nuestros niveles de servicio y para seguir contando con su preferencia le agradeceremos nos dé su opinión subrayando la opción que le parezca más conveniente

1. Considera que la atención que recibió de nuestro personal fue:

- a) Muy buena b) Buena c) Mala d) Muy mala

2. El tiempo que tardamos en atenderle o resolver su problema le pareció:

- a) Muy bueno b) Bueno c) Malo d) Muy malo

3. El precio que pago por su producto o su servicio le pareció:

- a) Muy alto b) Alto c) Bajo d) Muy bajo

4. Nuestras instalaciones le parecen:

- a) Muy buenas b) Buenas c) Malas d) Muy malas

4. Acude a nuestras instalaciones por:

- a) Su ubicación b) Sus precios c) Su especialización d) Su servicio

5. Recomendaría nuestros servicios y productos a sus familiares y conocidos

- a) Si b) No

Comentarios:

Resultados preliminares del diagnóstico del conocimiento actual de las empresas de la región centro y suroeste del estado de hidalgo con respecto al tema de desarrollo sustentable.

M. en C. Miguel Ángel Vázquez Alamilla

M. en C. Raúl Rodríguez Moreno

Profesores de tiempo completo en la Escuela Superior de Tlahuelilpan, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Resumen.

La situación que viven actualmente las empresas, como las condiciones mayormente cambiantes, exige un nivel de adaptación a los requerimientos de su entorno, estar consciente de esta situación es apremiante porque en México estamos en desventaja con respecto a otros países. Es el caso del desarrollo sustentable donde se refleja una creciente conciencia que debe atenderse, esto significa que las empresas no solo deben enfocarse en el crecimiento económico, sino en aspectos como el social y ecológico, es decir, tomar en cuenta el entorno en el que operan, sin afectar las condiciones ecológicas y sociales para que el desarrollo pueda perdurar en el tiempo.

Este proyecto se enfocará a la elaboración de una investigación que permita realizar un diagnóstico del nivel de conocimiento que tienen las empresas de la región centro y suroeste del estado de Hidalgo con respecto al tema de desarrollo sustentable.

El primer paso consistirá en realizar la aplicación de una encuesta a una muestra representativa de empresas de la región centro y suroeste del estado de Hidalgo, donde se

entrevistará a gerentes, dueños, jefes de división y profesionales con respecto al nivel de conocimiento de desarrollo sustentable.

El siguiente paso será llevar a cabo el análisis de la información encontrada para clasificarla estadísticamente, de tal manera que pueda ser utilizada en posteriores investigaciones y además, para realizar un análisis con respecto a las estrategias planteadas en el Plan de Estatal de Desarrollo del gobierno del estado de Hidalgo y con respecto al tema de desarrollo sustentable en la región de estudio.

Finalmente, se realizará un análisis comparativo entre la región de estudio y otras que han realizado un estudio similar.

Palabras clave: Desarrollo sustentable, gestión, estrategia.

Introducción.

Revisión de la literatura

El estado de Hidalgo cuenta con un total de 84 municipios y una superficie de 20,905.12 km². Su extensión territorial, representa 1.1 por ciento de la superficie del país. La población total de Hidalgo según datos del conteo 2010 del INEGI fue de 2, 665,018 habitantes.

Unidades económicas y personal ocupado en el estado de Hidalgo, según información del INEGI (2009):

- Cuenta con 81 570 unidades económicas, el 2.2 % del país.
- Emplea 333 317 personas, el 1.7 % del personal ocupado de México.
- Del total del personal ocupado en la entidad, el 58% (194 961) son hombres y el 42% (138 356) son mujeres.

- En promedio las remuneraciones que recibe cada trabajador al año en Hidalgo son de \$ 83 535, el promedio nacional es de \$99 114.

Ante los requerimientos de desarrollo de la población del estado de Hidalgo, el gobierno estatal ha creado el Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016, dentro de su eje 3 denominado Desarrollo Ordenado y sustentable, el Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016 del estado de Hidalgo se contempla como esencial la protección al medio ambiente, haciendo un aprovechamiento racional de los recursos naturales, corrigiendo los desequilibrios ecológicos provocados por la urbanización no debidamente planeada, en especial en la región sur, la más industrializada del estado, de tal manera que los hidalguenses puedan beneficiarse del uso sustentable del medio natural.

El estado de Hidalgo debe crear las condiciones adecuadas para dar cumplimiento a lo planteado en el Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016 con respecto a la sustentabilidad y es necesario analizar nuestra situación con respecto a otros lugares en nuestro país. En el caso de la sustentabilidad se han realizado estudios en diferentes partes de México, por ejemplo, el caso de estudio realizado en Cd. Obregón Sonora por el cuerpo académico de Consultoría de Negocios del Instituto Tecnológico de Sonora, quienes diagnosticaron y analizaron el nivel de conocimiento del tema de desarrollo sustentable de 60 empresas de Cd. Obregón. Mediante este estudio se pudo a analizar la situación actual y los obstáculos que presentan las empresas de Cd. Obregón Sonora acerca del desarrollo sustentable. El diagnóstico realizado permitió identificar el estatus de las empresas respecto al conocimiento que tiene con respecto al desarrollo sustentable, identificándose como principales indicadores a atender lo siguiente:

- a) 28% de los encuestados no han escuchado el tema de desarrollo sustentable.

- b) 12% de los encuestados opinan que el tema de desarrollo sustentable no es un tema relevante para su organización.
- c) 10% de los encuestados señala que el desarrollo sustentable es un tema de mercadotecnia.
- d) 39% de las empresas no consideran el tema de desarrollo sustentable en su misión y visión.
- e) 39% de las empresas no tienen identificados sus grupos de interés y el 42% no entiende las necesidades de estos grupos.
- f) 83% de las empresas no cuentan con una estrategia de desarrollo sustentable.
- g) 25% de las empresas señalan que las razones para no aplicar el desarrollo sustentable es la falta de dominio del tema
- h) El 39% de las personas encuestadas dice que las principales barreras del desarrollo sustentable es por falta de desconocimiento del tema, 16% por dificultad para coordinar múltiples programas sociales y ambientales, el 14% por falta de un marco de referencia.
- i) El 23% de las empresas encuestadas señalan que las razones más importantes para desarrollar una estrategia de desarrollo sustentable es porque aumenta la reputación de marca o de empresa, el 11% la razón es por cumplir con las obligaciones legales y regulatorias, 11% que atrae /retiene clientes.

El cuerpo académico también realizaron las siguientes recomendaciones para atender la problemática encontrada:

Desarrollar un plan de trabajo a través de la vinculación con el sector empresarial donde se emprendan acciones que permitan primeramente, la educación del sector empresarial respecto al tema de desarrollo sustentable, esto a través de foros, visitas, conferencias ,que oriente a las empresas respecto a la importancia de este tema en el desempeño de su

organización, de tal forma que se contribuya a la disminución de los indicadores identificados a través de este diagnóstico, tales como el desconocimiento y la poca relevancia que consideran tiene el tema en su organización, la falta de identificación de los grupos de interés y la falta de un plan estratégico que incluya el desarrollo sustentable.

Antecedentes como este permitirán analizar la situación en la región suroeste del estado de Hidalgo con respecto a la sustentabilidad, realizar un estudio comparativo entre las dos o más regiones del país permitirá establecer diferencias importantes y determinar recomendaciones con respecto a los lineamientos a seguir para dar cumplimiento al Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016 del estado de Hidalgo.

Desarrollo Sustentable

Según el informe Brundtland (1987) el desarrollo sustentable es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. El ambiente y el desarrollo no son contradictorios sino que están unidos inexorablemente, el desarrollo no puede subsistir sobre una base de recursos deteriorada ambientalmente y que el medio natural no puede protegerse cuando el crecimiento no tiene en cuenta los costos de la destrucción ambiental, están ligados en un complejo sistema de causa y efecto. Es necesario integrar completamente la economía y la ecología al adoptar decisiones y leyes, no sólo para proteger el ambiente sino también para proteger y promover el desarrollo. Nace así un nuevo modelo de desarrollo: el Desarrollo Sustentable.

Las dimensiones del Desarrollo Sustentable según autor Díaz (2009) el desarrollo Sustentable se apoya en tres pilares que son: Dimensión Económica, Dimensión social y Dimensión Ambiental. Dimensión Económica se centra en mantener el proceso de

desarrollo económico por vías óptimas hacia la maximización del bienestar humano, teniendo en cuenta las restricciones impuestas por la disponibilidad del capital natural. Dimensión Social consiste en reconocer el derecho a un acceso equitativo a los bienes comunes para todos los seres humanos, en términos intrageneracionales e intergeneracionales tanto entre géneros como entre culturas. Dimensión Ambiental esta dimensión surgen del postulado que afirma que el futuro del desarrollo depende de la capacidad que tengan los actores institucionales y los agentes económicos para conocer y manejar, según la perspectiva de largo plazo, su stock de recursos naturales renovables y su medio ambiente. En esta dimensión se presta especial atención a la biodiversidad y, principalmente, a los recursos como el suelo, el agua, y la cobertura vegetal (bosque), que son los factores que en un plazo menor determinan la capacidad productiva de determinados espacios.

Problema

En México se sabe que las empresas, desde las micro hasta las grandes, son la principal fuente de crecimiento económico, crean empleo y protagonizan la actividad económica y el proceso de desarrollo en casi todos los países. Pero la expansión de la globalización, el crecimiento de la población, el cambio climático, los cambios en el ámbito económico, político y cultural de muchas regiones en el mundo, implican una transformación en la vida del ser humano, y el papel cada vez más amplio y decisivo del sector privado en las economías nacionales, han dado lugar a nuevos desafíos de mantenerse en niveles de competitividad y productividad. Todos estos cambios han dado lugar a una relación nueva y cambiante entre la empresa y el desarrollo. Por lo que actualmente uno de los temas que son objeto de atención a nivel mundial es el tema de desarrollo sustentable, el cual debe ser

visto como una estrategia para alcanzar beneficios internos y externos para las empresas, de tal forma que es una necesidad empresarial tener en cuenta tres variables de la responsabilidad de la organización: la social, la económica y la ambiental. Tres variables que definen la sostenibilidad empresarial y de sus procesos. Conocer la situación actual que tienen las empresas con respecto al conocimiento del tema de Desarrollo sustentable en la región suroeste del estado de Hidalgo es indispensable porque de no hacerlo crearemos una carencia en cuanto a la atención que deberán realizar las empresas para atender adecuadamente la sostenibilidad empresarial en dicha región.

Por lo tanto se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el conocimiento del tema de Desarrollo Sustentable en empresas de la región suroeste del estado de Hidalgo?

Justificación

En las últimas décadas se han presenciado diversos cambios: económicos, políticos, sociales y ambientales en varias partes del mundo, que de una manera directa o indirecta afectan el entorno empresarial. Surgiendo temas como el desarrollo sustentable, la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa entre otras, lo que hace aumentar la necesidad de responsabilidad de las empresas para sobrevivir en un mercado cada día más competitivo. Se pretende conocer las condiciones actuales y la disposición de colaboración, referente a desarrollo sustentable y contribución de las empresas que forman parte de la región.

La investigación es conveniente porque en la actualidad no se han realizado estudios sobre el nivel de conocimiento de las empresas con respecto al desarrollo sustentable. La investigación tiene un proyecto social debido a la relevancia que representa es mantener y

desarrollar empresas en un ambiente adecuado de desarrollo sustentable. Este proyecto apoyará para analizar los lineamientos del Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016 del estado de Hidalgo.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un diagnóstico a empresas de la región centro y suroeste del estado de Hidalgo que permita conocer el estado actual de éstas respecto al conocimiento del tema de desarrollo sustentable.

Objetivos específicos

1. Describir la situación actual de las empresas de la región centro y suroeste del estado de Hidalgo respecto al conocimiento del tema de desarrollo sustentable.
2. Analizar la situación actual y los obstáculos que presentan las empresas de la región centro y suroeste del estado de Hidalgo acerca de desarrollo sustentable.
3. Hacer un estudio comparativo con otras regiones del país.

Hipótesis

El conocimiento de las empresas con respecto al desarrollo sustentable en la región centro y suroeste del estado de Hidalgo tiene un nivel bajo e influye de manera negativa en la sustentabilidad.

Metas

1. En el primer bimestre de 2014 se presentará un contexto general del desarrollo sustentable, así como los elementos funcionales en un sistema de gestión para desarrollarlo, incluyendo su vinculación con los ordenamientos jurídicos aplicables.
2. En el segundo y tercer bimestre, se realizará la recopilación de datos a través de una encuesta de 20 preguntas donde se entrevistará a gerentes, dueños, jefes de división y profesionales con respecto al nivel de conocimiento de desarrollo sustentable.
3. En el cuarto bimestre bimestre, se presentará los resultados del diagnóstico a empresas de la región suroeste del estado de Hidalgo, que permita conocer el estado actual de éstas, respecto al conocimiento del tema de desarrollo sustentable.
4. En el quinto bimestre, se propondrá analizar la situación actual y los obstáculos que presentan las empresas acerca de desarrollo sustentable.

Desarrollo

Metodología

- i) Para el logro del primer objetivo específico:
 - 1.1. Se realizará la recopilación bibliográfica sobre el desarrollo sustentable y la contextualización de la región suroeste del estado de Hidalgo.
 - 1.2. Conocer cómo funcionan otras regiones en cuanto al desarrollo sustentable y como gestionan su desarrollo a través de ordenamientos jurídicos.
- ii) Para el logro del segundo objetivo específico:
 - 2.1. Se identificará y seleccionará a través de una muestra a las empresas a participar en el proyecto.
 - 2.2. Se aplicará encuesta a empresas seleccionadas.

- iii) Para el logro del tercer objetivo específico:
 - 3.1. Se realizará el análisis y presentación de la información para determinar el diagnóstico.
- iv) Para el logro del cuarto objetivo específico:
 - 4.1. Se realizará una revisión bibliográfica para determinar los diferentes métodos aplicables a la situación obtenida en el diagnóstico.
 - 4.2. Se revisaran casos de estudio y casos similares.
 - 4.3. Se evaluarán opciones para atender de la mejor manera los posibles obstáculos que presentan las empresas de la región centro y suroeste del estado de Hidalgo acerca de desarrollo sustentable.

Tipo de investigación

El enfoque bajo el cual se orienta la presente investigación es explicativo y el estudio será del corte cuantitativo-cualitativo. En esta línea Hernández, Fernández y Baptista (2003:126) señalan que los estudios explicativos están dirigidos a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales.

Para recabar la información se utilizará una encuesta (tipo Likert) y entrevista semiestructurada.

Población

La población de estudio para llevar a cabo la investigación sobre el estado actual de las empresas de la región centro y suroeste del estado de Hidalgo respecto al conocimiento del tema de desarrollo sustentable, estará constituida por 2188 empresas, las cuales

corresponden al 17.9% de las 12222 empresas registradas en el SIEM para el estado de Hidalgo en el año 2014.

En lo que se refiere a las características de las empresas, se menciona que se considerarán a los sectores Financiero, minería, agrícola, comercio, industria, construcción, servicios y cualquier otro que no entre en esta clasificación; las empresas podrán ser pequeñas, medianas y grandes.

Muestra

Los criterios para la selección de la muestra fueron determinados por el investigador, por lo que el tipo de muestreo empleado fue no probabilístico intencional. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2003:326-327) este tipo de muestra supone un procedimiento de selección informal. A partir de ella se hace inferencias sobre las poblaciones. La ventaja de esta muestra es que se requiere no tanto una —representatividad‖ de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características.

Los criterios de inclusión para seleccionar a las empresas participantes fueron:

- a) Estar registrados en el SAT
- b) Tener por lo menos un año de estar constituidos y operando.
- c) Pertenecer a cualquier sector empresarial

El tamaño de la muestra quedó finalmente conformado por 327 empresas, tomando como base los criterios de inclusión arriba mencionados. El tamaño de la muestra se determinó con un nivel de confianza del 95% y un error del 5%.

Resultados preliminares

A continuación se presentan los resultados preliminares a través de del instrumento de diagnóstico de 20 preguntas efectuadas a 12 empresas de la región centro y suroeste del estado de Hidalgo, esta cantidad de empresas entrevistadas corresponden al 3.6% del total de empresas a entrevistar. Los municipios del estado de Hidalgo que serán considerados en la totalidad del estudio son:

Santiago de Anaya, Actopan, Ixmiquilpan, Tasquillo, Tecozautla, El arenal, San Agustín Tlaxiaca, Ajacuba, San Salvador, Francisco I. Madero, Atotonilco de Tula, Tepeji del Rio de Ocampo, Atitalaquia, Tula de Allende, Tetepango, Tlaxcoapan, Tlahuelilpan, Mixquiahuala de Juárez, Progreso de Obregón, Chilcuautla, Tezontepec, Tepetitlan, Chapantongo, Nopala de Villagran, Huichapan y Alfajayucan.

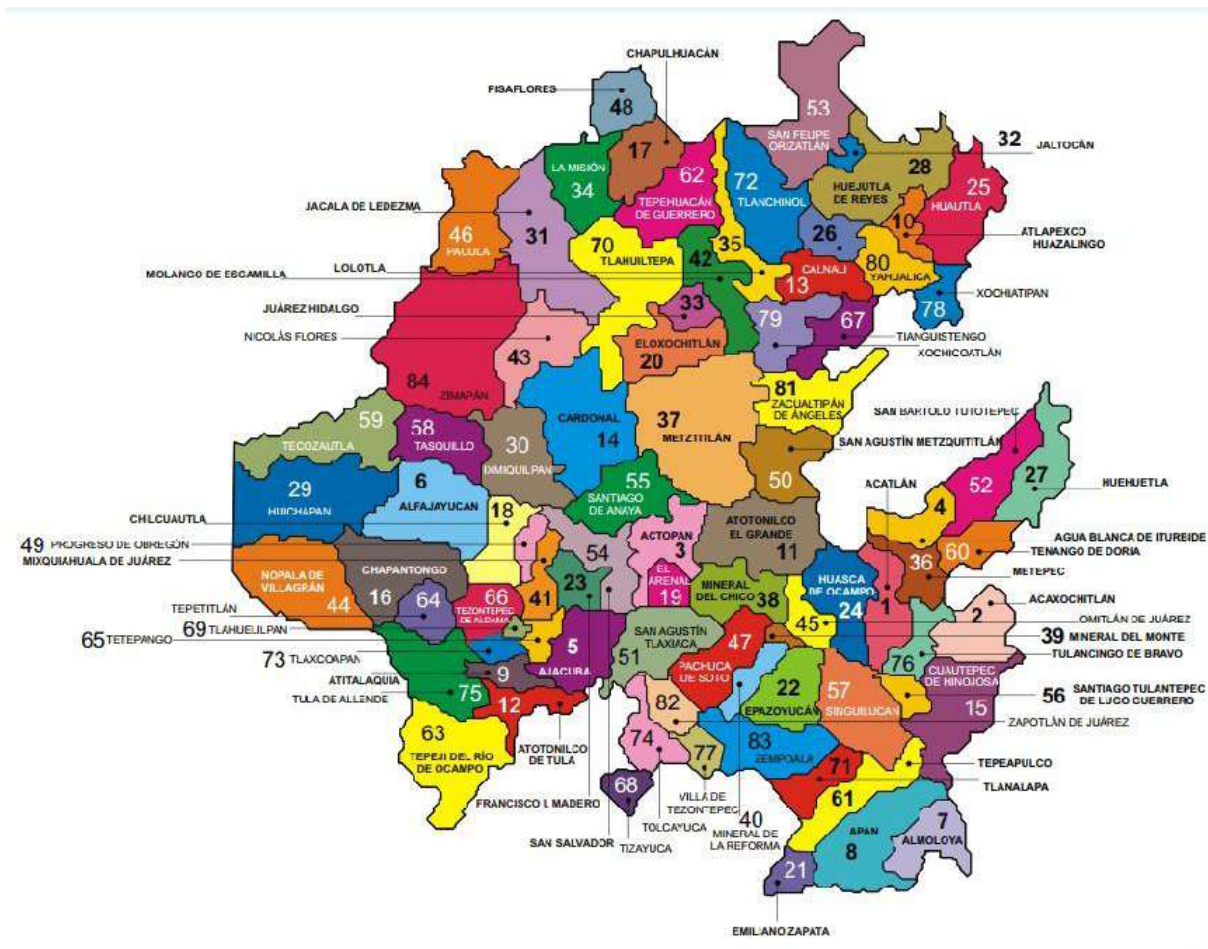


Figura 1. Mapa del estado de Hidalgo.

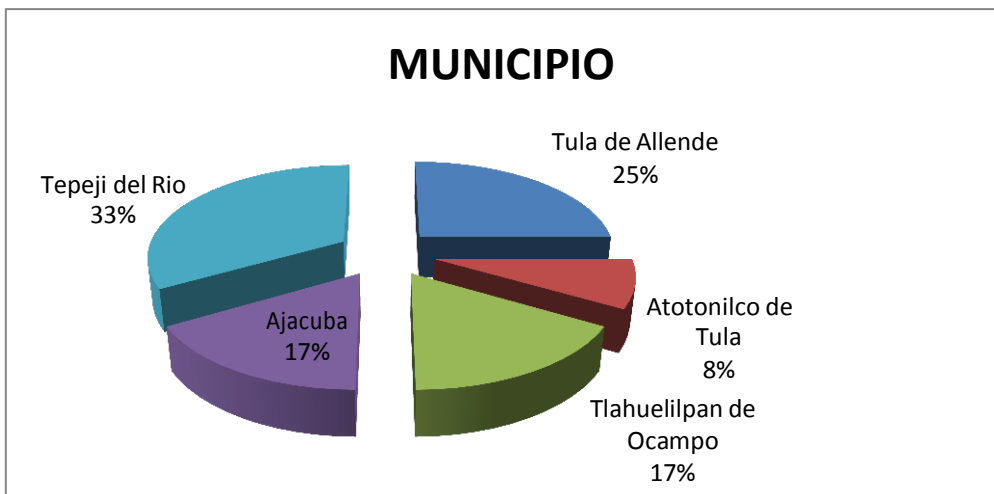


Figura 2. Municipios donde se han realizado entrevistas a empresas.

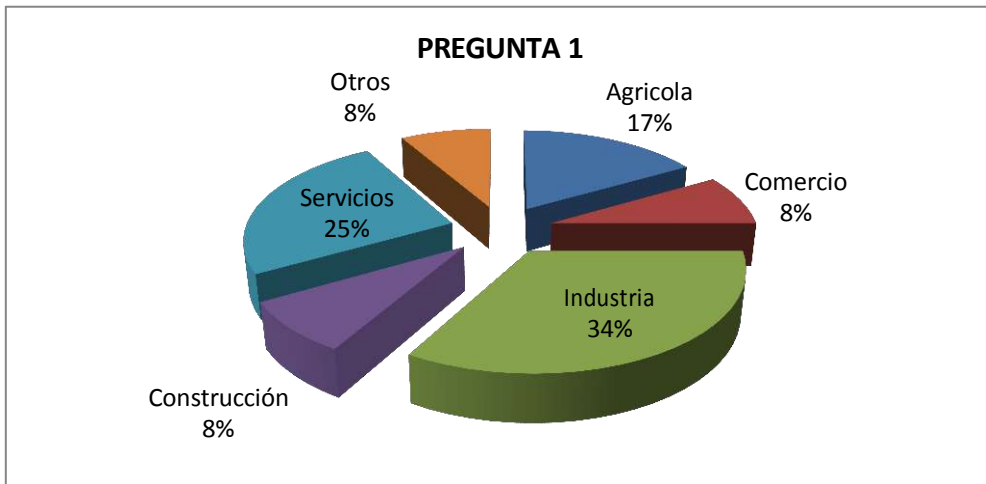


Figura 3. Pregunta 1: ¿A qué sector pertenece su empresa?

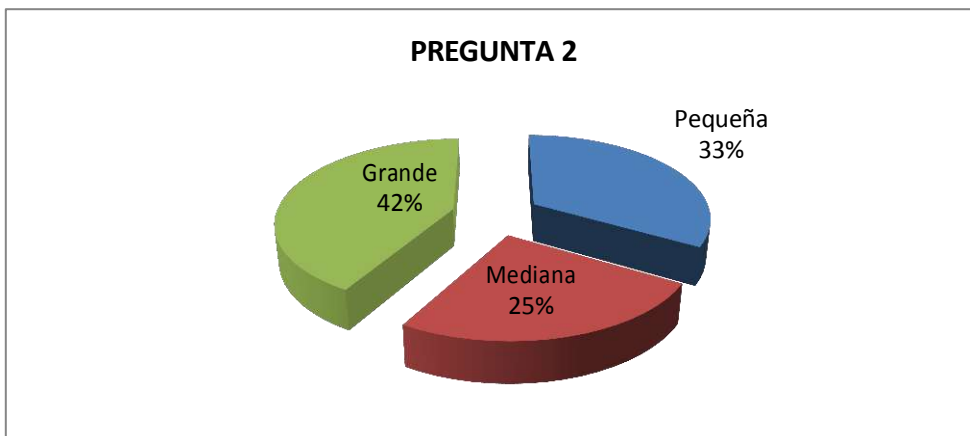


Figura 4. Pregunta 2: Tamaño de la empresa.

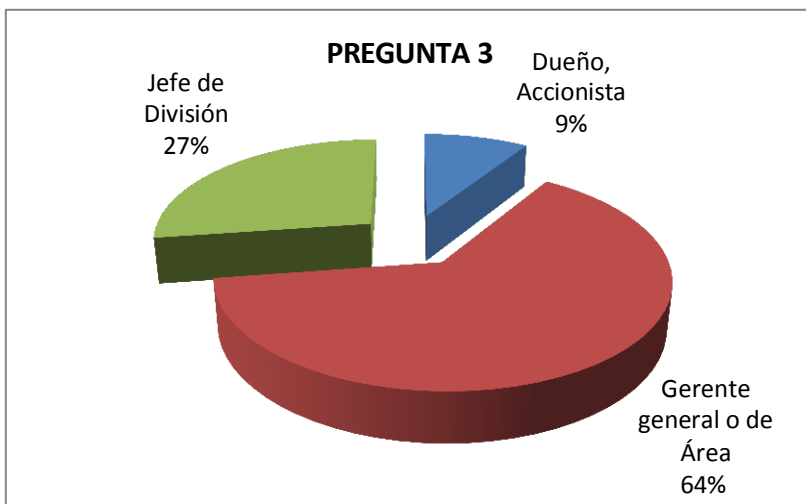


Figura 5. Pregunta 3: ¿Cuál es su cargo dentro de la empresa?



Figura 6. Pregunta 4: ¿Cuál es el grado máximo de estudios con el que cuenta?

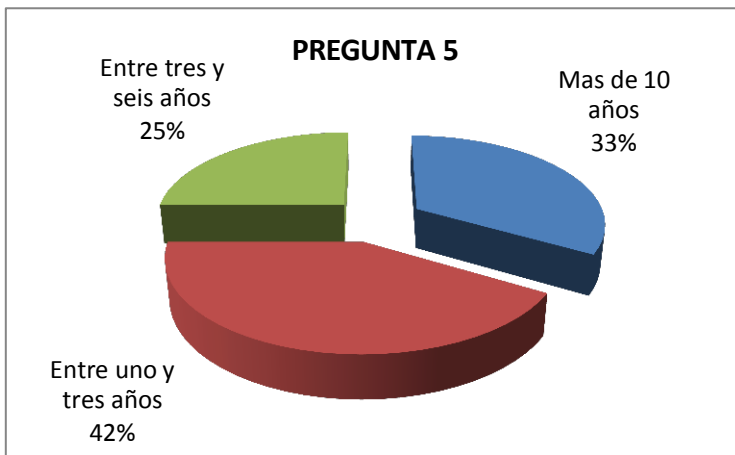


Figura 7. Pregunta 5: ¿Cuánto tiempo tiene laborando en la empresa?

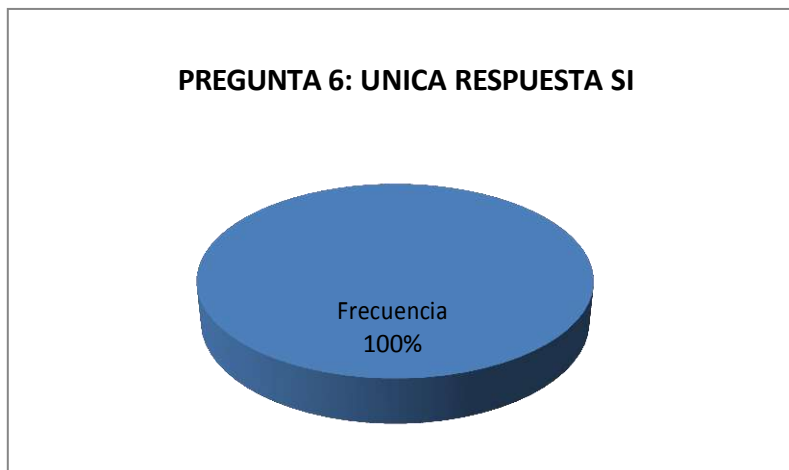


Figura 8. Pregunta 6: ¿Ha escuchado hablar de desarrollo sustentable?

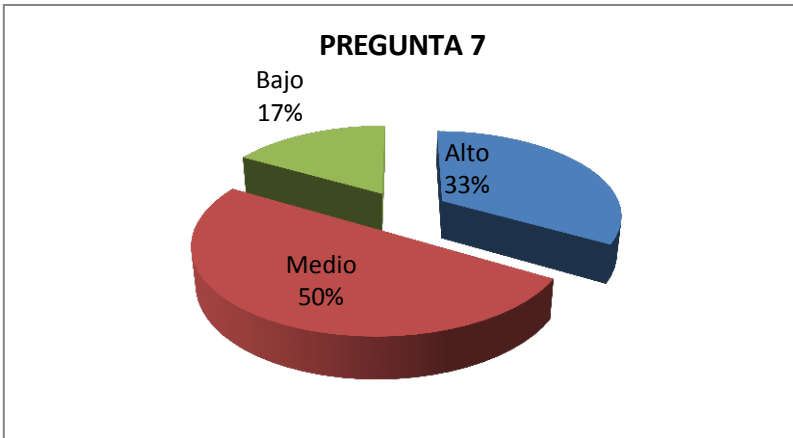


Figura 9. Pregunta 7: ¿Cuál su nivel de conocimiento sobre desarrollo sustentable?



Figura 10. Pregunta 8: ¿Considera que la sustentabilidad es un tema relevante y crítico?



Figura 11. Pregunta 9: ¿El tema de sustentabilidad debe estar incluido en la estrategia de negocios?

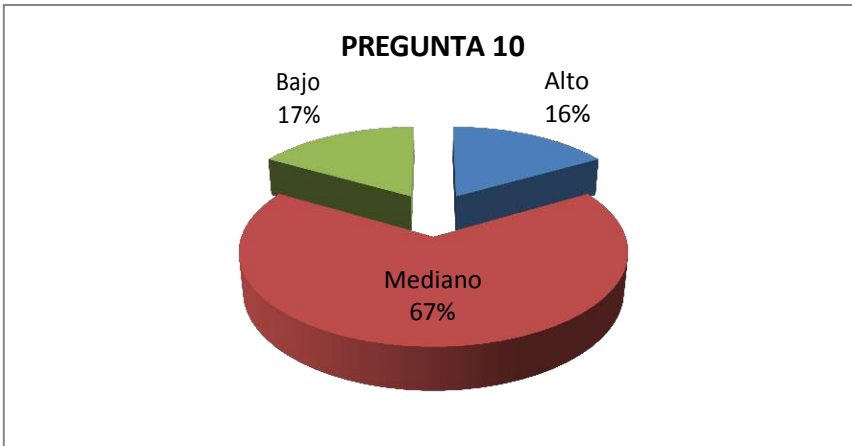


Figura 12. Pregunta 10: ¿Cómo considera el nivel de madurez en su empresa?

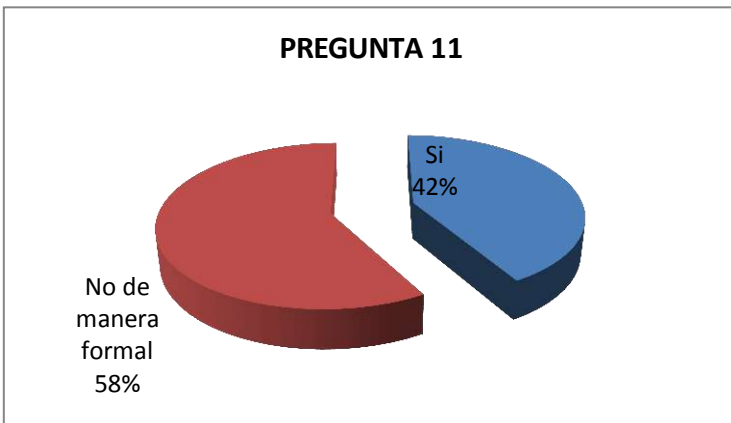


Figura 13. Pregunta 11: ¿Considera de manera formal los aspectos del desarrollo sustentable en su misión y valores?

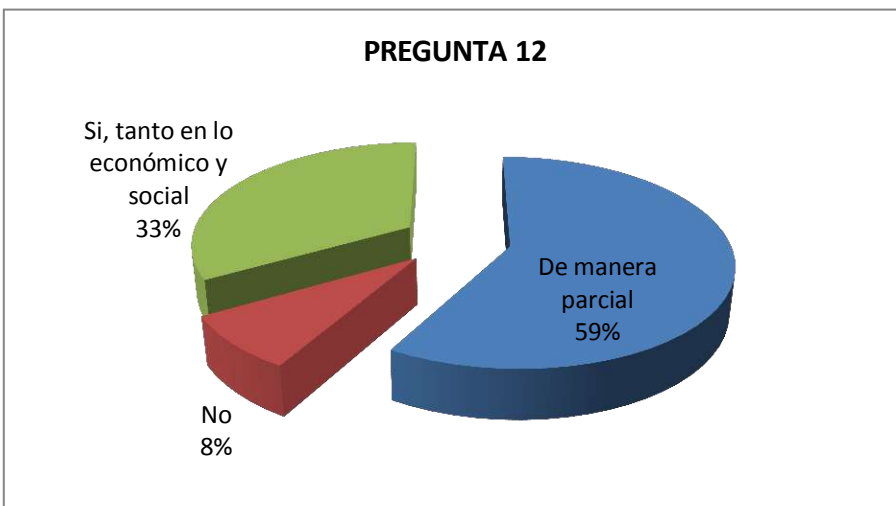


Figura 14. Pregunta 12: ¿Tienen identificados los temas más críticos en tanto lo económico, ambiental y social?



Figura 15. Pregunta 13: ¿Conoce y entiende las necesidades e inquietudes de sus grupos de interés?

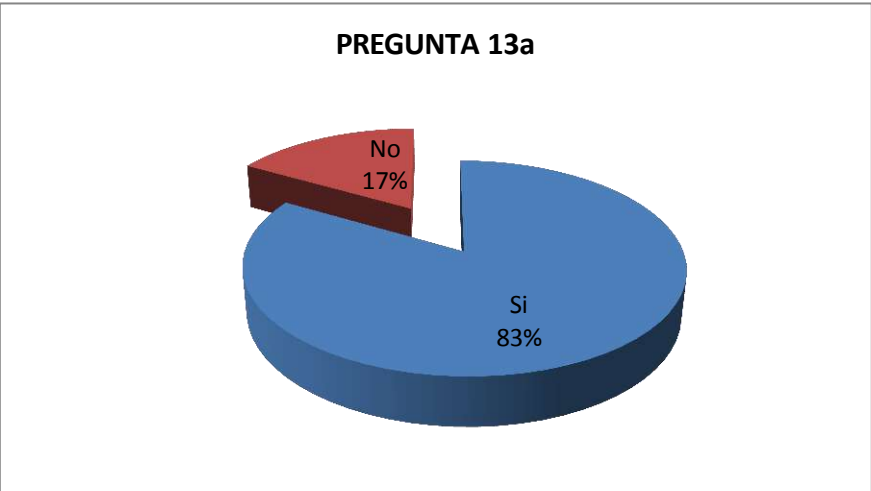


Figura 16. Pregunta 13a: Si conoce y entiende las necesidades e inquietudes de sus grupos de interés, ¿tiene identificados claramente los grupos?

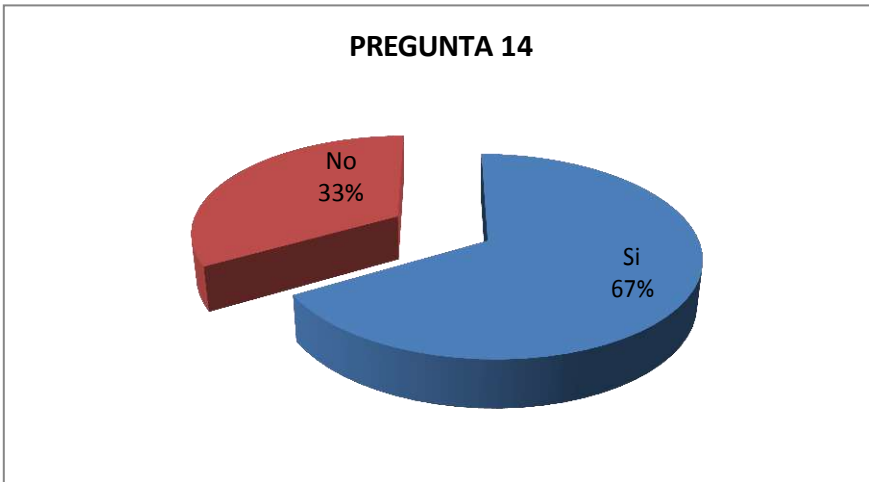


Figura 17. Pregunta 14: ¿Cuenta formalmente con un código de ética en su empresa?

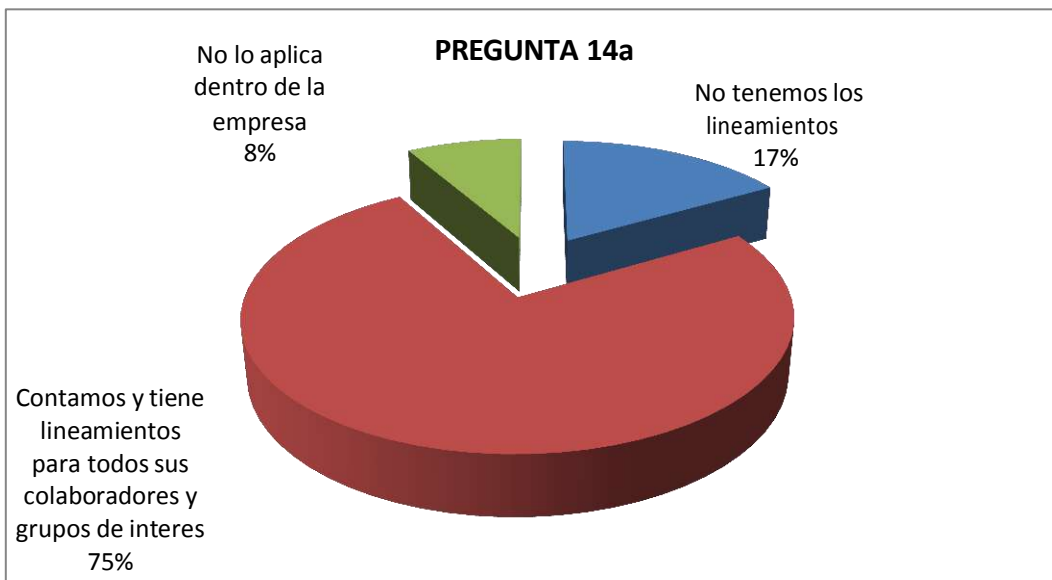


Figura 18. Pregunta 14a: Si cuenta formalmente con un código de ética en su empresa, ¿su código de ética contiene lineamientos para todos los colaboradores, así como para todos los grupos de interés?

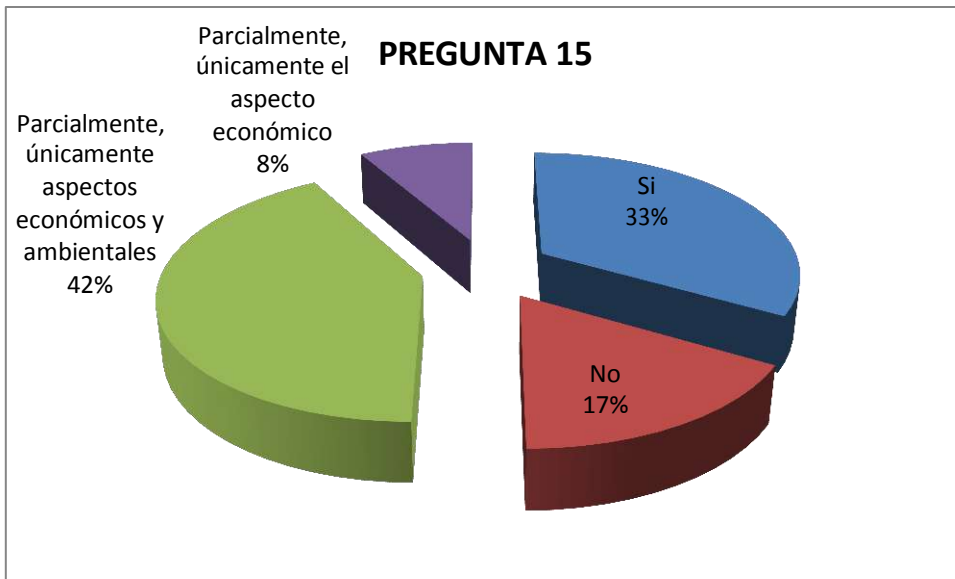


Figura 19. Pregunta 15: En su empresa, ¿tienen incluido en su planeación estratégica el concepto de sustentabilidad?

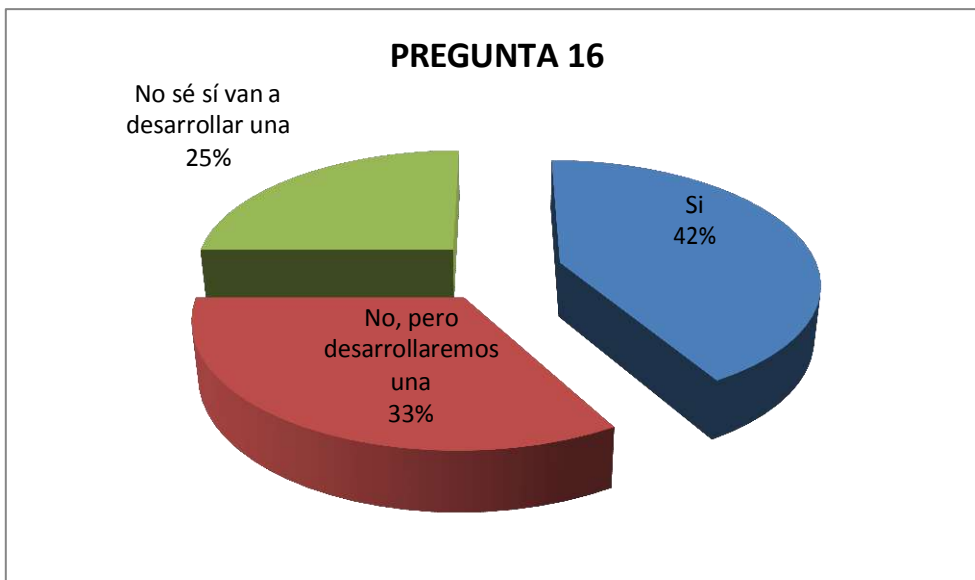


Figura 20. Pregunta 16: ¿Cuentan con una estrategia de Desarrollo Sustentable en su empresa?

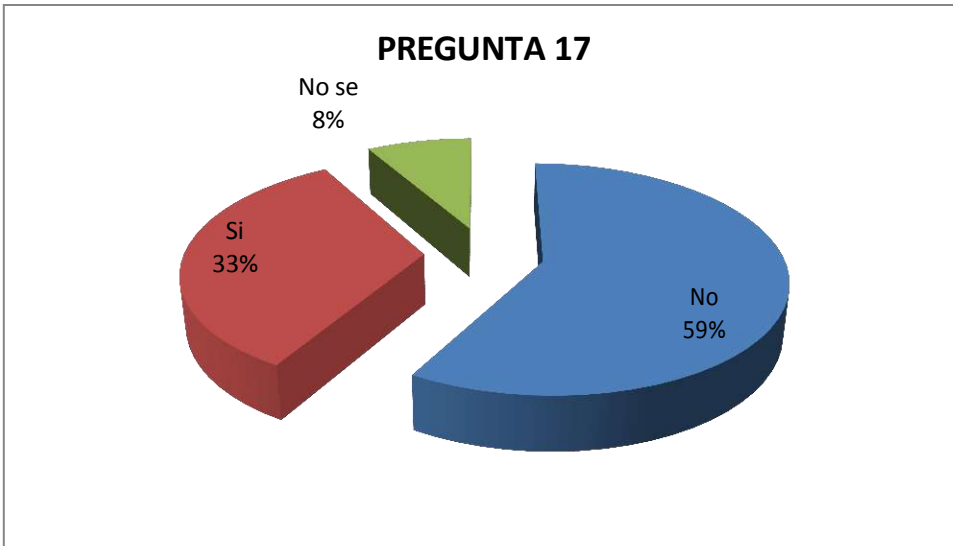


Figura 21. Pregunta 17: ¿Cuenta en su organización con una estrategia de desarrollo sustentable alineada con la estrategia de la compañía?

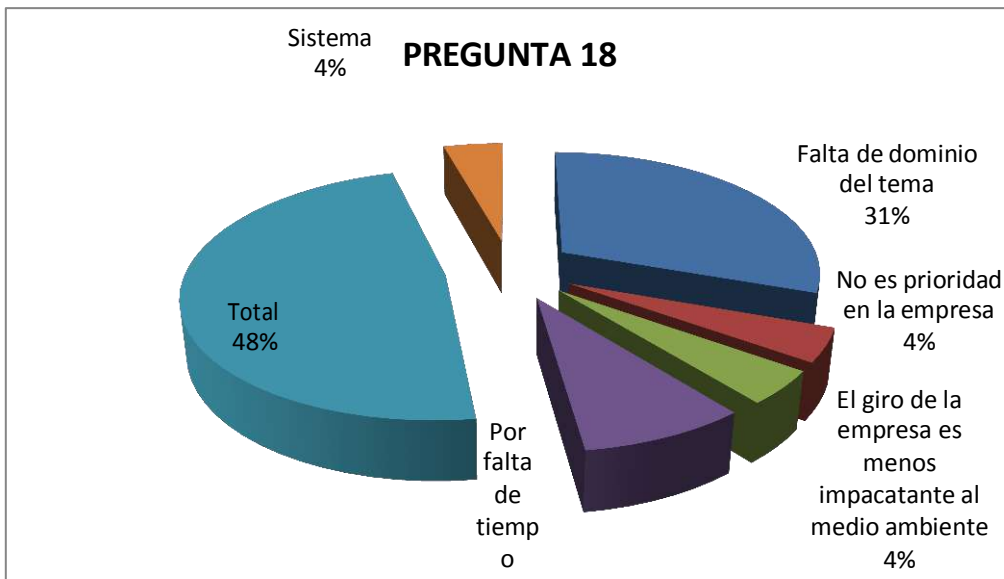


Figura 22. Pregunta 18: ¿Cuál es la razón para no desarrollar una estrategia de desarrollo sustentable?

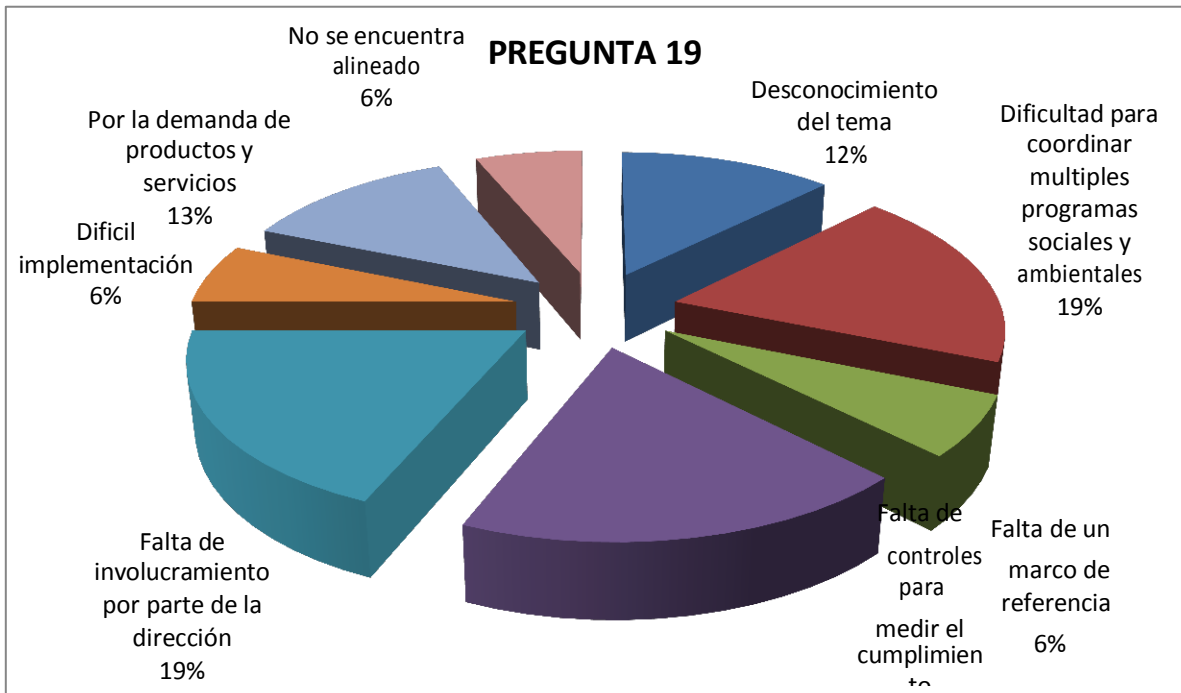


Figura 23. Pregunta 19: ¿Cuáles son las principales barreras del desarrollo sustentable?

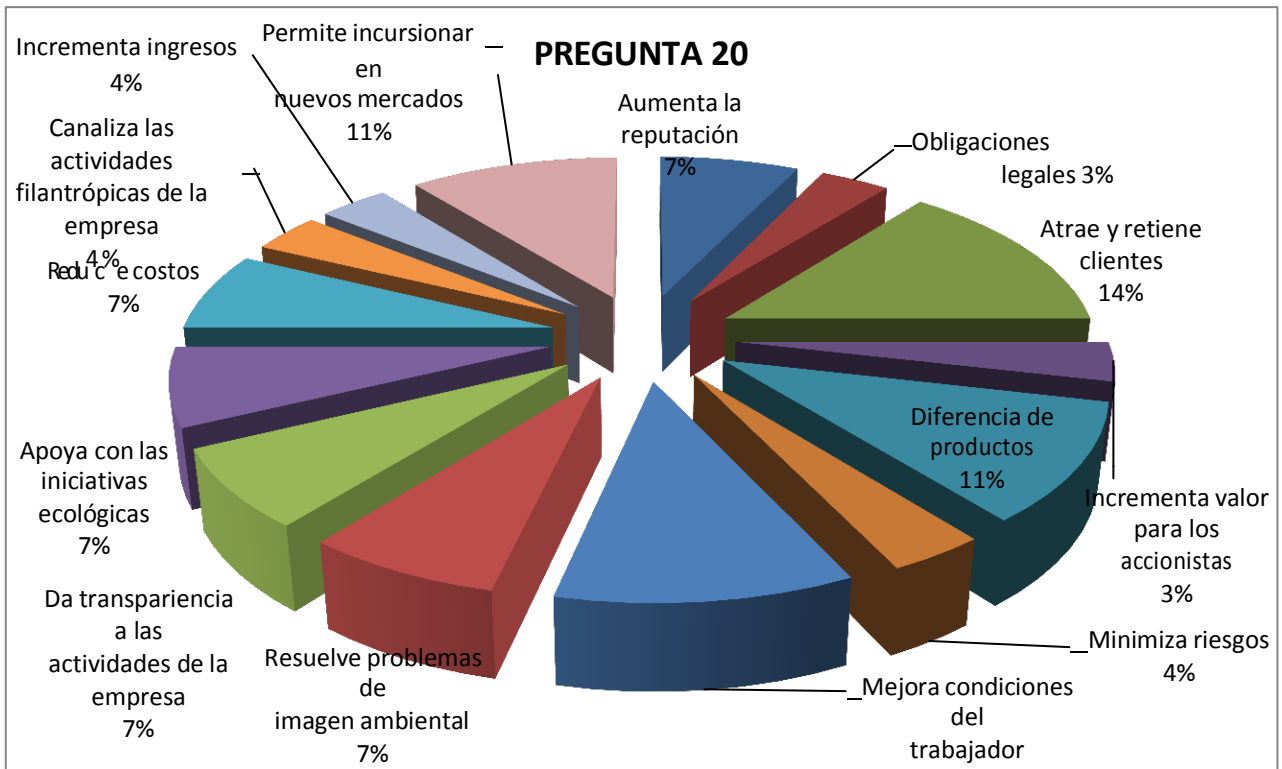


Figura 24. Pregunta 20: ¿Cuáles son las razones más importantes para desarrollar una estrategia de desarrollo sustentable?

Primeras consideraciones

El impacto ambiental en las regiones del estado de Hidalgo requiere ser estudiado, la responsabilidad social de las empresas es un tema que debe ser considerado y es fundamental obtener información relevante que permita establecer los lineamientos que se deberán seguirse en el futuro en nuestro estado con respecto a este tema, de tal manera que se garantice la sustentabilidad de todas sus regiones.

El estudio preliminar que aquí se presenta muestra los resultados obtenidos hasta este momento, aunque no son los resultados concluyentes permiten ver el nivel de conocimiento de las empresas entrevistadas con respecto al desarrollo sustentable, los resultados finales estarán listos al final el año 2014.

En opinión de Xercavins et. al. (2005) en algunas regiones del mundo se observan tendencias insostenibles de producción y consumo, mientras que en otras se observan tendencias insostenibles de empobrecimiento, y en todo el planeta se presentan tendencias insostenibles de pérdida de biodiversidad, tanto natural como cultural. Esta situación implica que las regiones de una población redefinan los fines y patrones de consumo y dotarse de sistemas tecnológicos o científico- tecnológicos que destierren el poder de expansión de la capacidad de carga del medio y que hagan justamente de interface adecuada para conseguir los tres niveles de sustentabilidad (económica, ambiental y social). Aunado a estos sistemas tecnológicos o científico- tecnológicos deberá existir la voluntad política para garantizar su ejecución, determinar el nivel de conocimiento de las empresas en las regiones del estado de Hidalgo con respecto al desarrollo sustentable será esencial para iniciar el camino hacia un aceptable nivel de sustentabilidad.

Referencias

- [1] Díaz R. (2009). *Desarrollo Sustentable. Una Oportunidad para La Vida*, México: Mc Graw Hill.
- [2] INEGI (2009). Institución Nacional de Estadística, Geográfica e Informática (INEGI) División territorial, Información Territorial, Información por entidad, México, (2009).
- [3] López V. M. (2009). *Sustentabilidad y desarrollo sustentable: Origen, precisiones conceptuales y metodología operativa*. México: Trillas.
- [4] Alcántara H. (2012). *Rumbo al desarrollo de comportamientos con responsabilidad social en las organizaciones (RSO)*. Recuperado el 18 de junio de 2014 desde: http://bidi.xoc.uam.mx/tabla_contenido_fasciculo.php?id_fasciculo=564
- [5] López J., Pereira J., Rodríguez R.(1980). *Eliminación de los residuos sólidos urbanos*. Barcelona: Editores técnicos asociados.
- [6] Xercavinis J., Cayuela D., Cervantes G., Sambater A. (2005). *Desarrollo Sostenible*. Barcelona: Ediciones UPC.
- [7] Hernández R., FernándezC., Baptista P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

Gestión del capital humano y del conocimiento

Las habilidades directivas base generadora de competitividad empresarial

L.A. Heidy Cerón Islas

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo ICEA

Resumen

Hoy en día la constante competencia en los diversos sectores productivos obliga a las empresas a desarrollar mejores habilidades en sus directivos, mismas que le permitirán establecer estrategias encaminadas a fortalecer la competitividad empresarial sectorial, principalmente con el fin de lograr mejor posicionamiento en el mercado y con ello ofrecer alternativas interesantes al cliente. El presente estudio analiza al personal directivo de la empresa hidalguense CREVI (Créditos para Vivienda), por medio del instrumento CCD (Cuestionario de Competencias Directivas) publicado por Harvard Business Review (1999). Los resultados obtenidos muestran que las competencias menos desarrolladas por los directivos son búsqueda de información y comunicación efectiva, cuyas calificaciones obtenidas mediante el instrumento son de 4.10 y 4.90, respectivamente, dentro de una escala de 10.

Palabras Clave: Competencias Directivas, Competitividad y Estrategia.

Introducción

Revisión de la literatura

Son ya muchas las investigaciones de forma internacional se han realizado y que centran la atención en determinar los diferentes efectos así como en la importancia relativa que cada

uno de ellos tiene en el éxito competitivo de las empresas. Ser competitivo es una necesidad vital de las empresas, porque competir es ofrecer calidad, precio y servicio a nivel de las mejores organizaciones (Olalde, 2010).

Es innegable que en los últimos veinte años, se ha prestado considerable atención a las PyMEs por ser detonadores del desarrollo económico tanto en Japón, Alemania, Estados Unidos, así como en América Latina y donde México no ha sido la excepción (Equia, 2000). Rubio y Aragón (2002), mencionan que los factores explicativos del éxito competitivo de las PyMEs industriales y de servicios de una región son: la posición tecnológica de la empresa, la innovación, la calidad del producto o servicio y la capacitación del personal. Buitrón (1999), demuestra en su estudio sobre las PyMEs en México que, dueños y/o administradores muestran una educación alta, experiencia previa y algunos de ellos han permanecido durante mucho tiempo en su puesto de trabajo gracias a esas ventajas.

Un estudio de Cardona y Chinchilla (1999), destaca que las competencias directivas son una herramienta esencial para asegurar la competitividad de las empresas, y cuando están definidas conviene diseñar un sistema de evaluación que permita detectar las carencias y necesidades de desarrollo en sus directivos, para orientarse a cumplir la misión. Por otro lado Cardona y García-Lombardía (2005) aseguran en el libro *-Liderazgo por competencias-* que la dirección por competencias no sustituye a la de objetivos, sino que la complementan, y que las competencias deben reflejar los valores culturales y la misión de la empresa.

Por otra parte, las competencias son absolutamente complementarias y se retroalimentan para contribuir de esta forma a la integralidad del directivo y son una herramienta esencial, que permite asegurar la competitividad de las organizaciones en escenarios globales (Puga y Martínez, 2006).

En México se han hecho estudios donde descubrieron que el problema por el que fracasan los directivos en las PyMes de 10 a 250 personas que laboran en ella se debe a que no tienen interés de aprender en ella, es decir que no desarrollan habilidades y como consecuencia no alcanzan niveles de competitividad; concluyendo que la ausencia de capacidad en el directivo es una de las principales causas de fracaso en las MiPyMEs(Aragón Sánchez, Rubio Bañón, Serna Jiménez, ChabléSangeado, 2010).

El potencial creativo de una empresa y, por tanto, su ventaja competitiva, depende de su posibilidad de mantenerse centrada y proactiva ante la incertidumbre, manteniendo su atención en factores como la tecnología, la calidad, el talento humano y las finanzas que, aunadas a su capacidad de manejar habilidades gerenciales, marcan las condiciones que desarrollan sus competencias distintivas, para asumir con renovado carisma el éxito organizacional. (Ferrer y Clemenza, 2006).

La ventaja competitiva de las naciones (Porter, 1990), plantea que la estrategia establece el éxito o fracaso de las empresas y que la competitividad es entonces un indicador que mide la capacidad de una empresa de competir frente al mercado y a sus rivales comerciales, y es también la búsqueda de una posición favorable en un mercado, con respecto a los competidores, la cual le permitirá permanecer, expandirse o desarrollarse. Para este modelo

propuesto por Michael Porter, el concepto de competitividad no es reciente, sus orígenes se remontan a más de tres siglos atrás con las teorías de comercio. Porter menciona que Ventajas competitivas más duraderas por lo general dependen de la posesión de recursos humanos de alta calidad y de la competencia técnica interna (2009).

Objetivo General

Diagnosticar las competencias directivas del personal de la empresa CREVI para reforzar las estrategias que eleven el nivel de competitividad a partir del modelo de Michael Porter.

Objetivos Específicos

- Identificar las habilidades directivas que prevalecen en el personal la empresa CREVI mediante el CCD;
- Realizar un diagnóstico de competitividad de la empresa CREVI, basado en el modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter;
- Establecer la correlación entre habilidades directivas requeridas para minimizar las amenazas y aumentar el nivel de competitividad.

Problema de investigación

Hoy en día, las empresas necesitan de personas competitivas frente a la función del direccionamiento estratégico, siendo el aspecto de la capacitación, la protección del capital intelectual, las ideas, las tecnologías y las innovaciones los elementos esenciales para desarrollar empresas exitosas y dejar atrás la pasividad. Ser competente y demostrarlo, es necesario para los directivos del siglo XXI, así como el trabajo en equipo dentro y fuera de

la empresa, ya que los riesgos de la globalización aumentan cada día y en todo momento. La competencia no está limitada y las empresas que demuestren tener gente capaz serán líderes del sector, el reto será entonces desarrollar estrategias efectivas con ayuda de las habilidades de quien dirige ya que ser competitivo es una necesidad vital de las empresas, porque competir es ofrecer calidad, precio y servicio a nivel de las mejores organizaciones (Olalde, 2010).

Las empresas del sector de servicios para ser competitivas deben de promover el desarrollo de habilidades directivas de su capital intelectual, que les permitan formular estrategias que lleven a poder garantizar un nivel superior, o por lo menos igual, al de los negocios que representan una reto empresarial. En ese afán, deben observar, calificar, desarrollar y elevar dichas habilidades para que las encamine a una competitividad y permanencia en posiciones favorables dentro de su sector.

El estado de Hidalgo actualmente cuenta con un padrón de nueve empresas medianas del sector servicios, de las cuales solo 3 de ellas se ubican en el municipio de Pachuca de Soto (INEGI, 2009). CREVI, es una empresa mediana de servicios, hidalguense que goza de un prestigio en el otorgamiento de financiamiento para vivienda y que se ha venido consolidando a través de los años, toda vez que es reconocida por su contribución al desarrollo económico y social de las familias hidalguenses. No obstante, ha comenzado a presentar problemas en la colocación y recuperación de créditos para vivienda, ya que por un lado se ha incrementado la competencia y por otro, existe una fuerte depresión en el mercado de créditos. Aunado a ello, los directivos manifiestan inquietud por no contar con

suficientes herramientas ni capacidades directivas para responder a los retos cotidianos del sector.

El problema de la empresa CREVI en cuanto a la colocación de créditos, no es una situación aislada, ya que el crecimiento de la economía nacional se ha visto limitado, como consecuencia de factores externos como la crisis para Europa, Estados Unidos y Japón (**Aristegui, 2013**). En el estado de Hidalgo, los trabajadores han dejado de ejercer su crédito para adquisición de casa, que por derecho les corresponde a través de la empresa donde laboran, debido a que requieren de ganar entre 4 y 11 salarios mínimos (Milenio, 2013). En otros casos, dichos empleados han preferido optar por otras alternativas de financiamiento o simplemente no se animan a disponer de él, por no considerarlo atractivo.

Las empresas como CREVI, dedicadas al ramo de financiamiento a largo plazo para adquisición de vivienda, requieren contar con estrategias competitivas que permitan ofrecer mejores alternativas en materia de crédito para los trabajadores del estado de Hidalgo pudiendo alcanzar el puntaje mínimo requerido y elegir las opciones más atractivas de las empresas crediticias del sector. En este sentido, de acuerdo con el Programa Institucional de Vivienda (PIV, 2011), el gobierno del estado de Hidalgo establece como política de desarrollo el que se garantice el acceso a una vivienda digna y a un costo accesible que represente el patrimonio de los grupos sociales más vulnerables, para quienes por sus ingresos se encuentran fuera de las tradicionales opciones crediticias.

Siendo CREVI una empresa líder y dada la fuerte competencia que actualmente existe en el mercado financiero, se ha visto obligada a estudiar la forma de implementar cambios de

mejora y desarrollar una cultura de evaluación y capacitación permanente en su personal, que le permita potenciar sus habilidades competitivas en pro de alcanzar resultados.

Desarrollo

Metodología

La investigación es de tipo Mixto, diseño descriptivo y correlacional, con un estudio transversal y no experimental. El diseño de la investigación utilizado con enfoque cualitativo debido a que forma parte de un estudio de caso, sin embargo al emplear un instrumento de medición, el enfoque que se contempla también es cuantitativo.

Población

El presente estudio se realizó en la Ciudad de Pachuca, Hidalgo. La delimitación temporal de la investigación corresponde al período comprendido entre 2013 y primer semestre del 2014. Las principales unidades de información están constituidas por los 50 empleados y 6 directivos de la empresa Hidalguense CREVI, disponiendo además de una amplia bibliografía, escritos y documentos avalados por Instituciones dedicadas a la competitividad empresarial a nivel Internacional y Nacional, Modelos de Comparación y estudios aplicados a casos específicos.

Instrumento

El instrumento que se empleó para diagnosticar es el Cuestionario de Competencias Directivas (avalado y publicado por la Harvard Business Review, 1999), el cual que permite calificar las 13 dimensiones que evalúan Trabajo en equipo, Negociación, Desarrollo de colaboradores, Comunicación Efectiva, Habilidad Analítica, Innovación, Enfoque a resultados, Autocontrol, Iniciativa, Orientación al cliente, Búsqueda de

información, Ética Profesional y Calidad en el trabajo, con un total de 91 ítems a escala de Likert de 0 a 10; por medio del cuestionario se consiguió diagnosticar las competencias directivas a nivel gerencial en un 100% de la población de la empresa CREVI. La fiabilidad del instrumento se acepta por el resultado que nos brinda la aplicación de Alpha de Cronbach al obtener un valor de 0.81, que se considera fiable y una validez avalada por otros investigadores que han realizado diversos estudios, utilizando dicho instrumento de medición.

Para en una primer etapa para la obtención de información se empleó la observación, entrevistas guiadas con los directivos y aplicación de cuestionario de competencias directivas al personal de CREVI, lo que generó la facilidad al establecer un vínculo directo con el personal; ya en una segunda etapa se sesiono en grupo con el personal de las diferentes gerencias obteniéndose los resultados que se muestran en el apartado correspondiente.

Resultados

Modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter

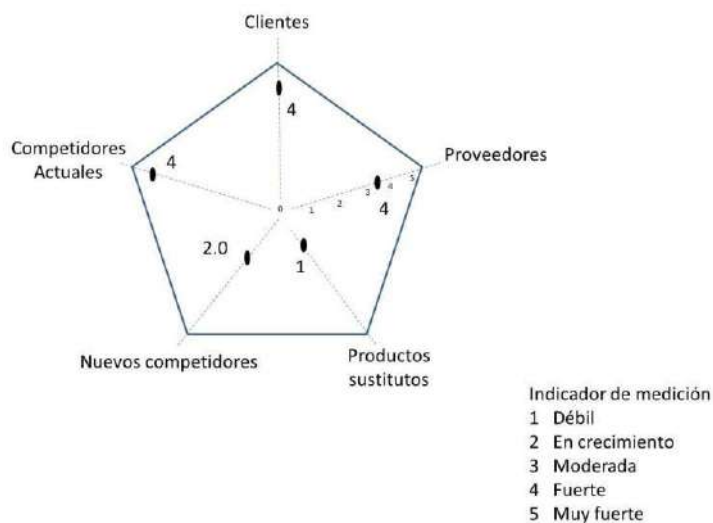
Con respecto al Modelo de Porter se analizaron las cinco fuerzas con indicadores muy precisos que nos dieron un diagnóstico inicial de la posición de CREVI en relación a la competencia, en una escala de Likert que califica los aspectos que se representaron en la Figura 1.

Donde la escala de 0 cero se interpreta como un aspecto débil y la calificación de 5 es considerada una fuerza con un nivel dominante. El diagnóstico ubica a CREVI como una empresa con amenazas en lo que corresponde a productos sustitutos y nuevos

competidores, siendo que estos obtuvieron calificaciones cercanas a cero (0), siendo de 1.0 y 2.0 respectivamente, interpretándose que cuanto mayor sea la distancia existente del punto central hacia afuera (Figura 1) la fuerza es mayor, es decir si hay calificaciones de 5 será mayor la fuerza y a menor distancia del punto medio se debilita la fuerza y aumenta que se puede ejercer sobre la empresa.

Dentro del mismo análisis se encontraron aspectos considerados como oportunidad para mejorar, refiriéndose a los proveedores, los clientes y competidores actuales, ya que están ubicados en una posición 4, resaltando que la falta de habilidad para confrontar y minimizar la amenaza es consecuencia de no alcanzar un nivel alto de competencias directivas.

Figura 1. Resultados de diagnóstico de CREVI con base en el Modelo Porter



Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida en el Modelo de Porter 1990.

Cuestionario de Competencias Directivas (CCD).

Derivado de la aplicación del instrumento, se logró obtener los siguientes resultados y que se presentan a continuación:

Tabla 1.

Concentrado de calificación por habilidad en Gerencias CREVI

Habilidad	Área funcional					
	Técnic a	Administrativ a	Cobranza	Jurídico	Fiscalización	Crédit o
Trabajo en Equipo	6.50	6.80	6.50	6.00	6.80	6.50
Negociación	7.80	7.00	7.00	6.30	8.20	6.10
Desarrollo de colaboradores	8.20	8.20	7.90	7.40	7.40	6.00
Comunicación efectiva	7.70	7.90	8.00	7.40	8.20	4.90
Habilidad analítica	8.50	7.10	8.30	5.90	7.90	5.40
Innovación	5.70	7.40	5.70	5.10	8.50	6.20
Enfoque a resultados	8.20	8.40	6.10	7.50	8.80	7.80
Autocontrol	8.52	7.80	6.52	5.20	6.80	6.52
Iniciativa	8.50	7.80	8.20	5.90	7.90	5.40
Búsqueda de información	7.40	7.10	4.0	5.70	7.40	5.70
Orientación al cliente	6.50	6.50	6.0	5.40	6.50	6.50
Ética Profesional	10	10	9.0	10	10	10

Calidad en el trabajo	8.50	6.60	6.60	5.60	8.00	8.00
<i>Promedio de calificaciones por área</i>	7.64	7.40	7.01	6.40	7.98	6.36

Fuente: Elaboración propia a partir del caso de estudio CREVI, 2013.

La habilidad menos desarrollada es la Búsqueda de información en el área de Cobranza con una calificación de 4.0 sobre una escala de 10 puntos. El directivo del área de crédito cuenta con calificaciones no sobresalientes con relación a las habilidades medidas en el CCD y es el que refleja en menos años de experiencia en el puesto y un nivel básico de preparación. La habilidad más desarrollada por todos los gerentes es la ética profesional con un puntaje de 9.85, lo que la ubica a un nivel excelente, lo anterior con base en la Tabla de rangos de evaluación para las competencias, hecho que sirve de sustento para resaltar el nivel de principios y valores profesionales en el cual puede soportarse un proceso de cambio hacia la mejora

De acuerdo a la tabla anterior el mejor evaluado en cuanto a las 13 dimensiones que conforman las habilidades competitivas, es el área Fiscalización con 7.98 y el área técnica con 7.64 sobre una escala de 10 puntos, consideradas las áreas de menos carga de trabajo, con poco número de subordinados, con un nivel de estudios de maestría, experiencia previa en trabajos relacionados con el giro de CREVI. .

Tabla 2.

Competencias directivas en Gerencias/CREVI

Competencia	Promedio
Trabajo en Equipo	6.52
Negociación	7.07
Desarrollo de colaboradores	7.52
Comunicación efectiva	7.35
Habilidad analítica	7.18
Innovación	6.43
Enfoque a resultados	7.80
Autocontrol	6.89
Iniciativa	7.28
Orientación al cliente	6.19
Búsqueda de información	6.22
Ética profesional	9.85
Calidad en el trabajo	7.22
Promedio Habilidades CREVI	7.19

Fuente: Elaboración propia a partir del caso de estudio CREVI, 2013.

Al analizar la tabla 9 con las calificaciones promedio de los directivos en las 13 dimensiones un nivel de 7.19 es considerado como alto (tabla 3), surgiendo entonces la

necesidad de hacer un análisis por área que permita visualizar el comportamiento de las habilidades en cada Gerencia.

Tabla 3.

Rangos de evaluación para las competencias

Nivel competencia	por	Rango en puntaje	
		De	A
Excelente		10	9.1
Muy Alto		9	8.1
Alto		8	7.1
Medio		7	6.1
Bajo		6	5.1
Muy bajo		5	4.1
Crítico		4	3.1

Fuente: Elaboración propia a partir del instrumento CCD, aplicado en empresa CREVI, 2013.

De igual forma el instrumento de CCD estudia las variables de nivel de preparación académica, experiencia previa en trabajos relacionados al giro de servicios financieros, el género (hombre/mujer) del directivo, la edad, las cuales se relacionaron con los datos de la tabla 1 llegando a establecer la relación directa de a mayor nivel de preparación profesional y contar con años de experiencia obtenida en trabajos previos en el sector de financiamiento se genera un mejor nivel de competencias directivas (tabla 4).

Tabla 4.

Correlación de habilidades con el Cuestionario de Competencias Directivas

Habilidad Directiva	Edad	Antigüedad	Trabajos previos	Nivel de estudios
Trabajo en equipo	.447	.354	.704	.447
Negociación	.200	.686	.571	.547
Desarrollo de colaboradores	.000	.791	.631	.447
Comunicación efectiva	.333	.306	.583	.928
Habilidad analítica	.447	.328	.833	.577
Innovación	.243	.632	.833	.728
Enfoque resultados	.000	.500	.631	.707
Autocontrol	.333	.600	.704	.577
Iniciativa	.156	.632	.441	.728
Orientación al cliente	.289	.553	.583	.781
Búsqueda de información	.243	.557	.704	.535
Ética profesional	.469	.552	.768	.728
Calidad en el trabajo	.447	.567	.441	.816

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de caso CREVI, 2013.

Se observa un nivel de significancia a un nivel de .5 a 1 dentro de la correlación de Pearson, lo que comprueba la existencia de la correlación entre las habilidades y trabajos previos, habilidades y nivel de estudios. Quienes tienen la combinación de las tres variables no

importando la carga de trabajo ni el número de personal a su cargo, obtienen un nivel aceptable.

Conclusiones

Al relacionar los dos instrumentos, a través de los modelos CCD y Modelo de cinco fuerzas de Michael Porter, encontramos que efectivamente existen niveles deficientes en dos de las trece habilidades que se evaluaron, la primera relacionada con la búsqueda de información y la segunda con comunicación efectiva con calificaciones de 4.0 y 4.9 (nivel crítico) respectivamente. Dichas calificaciones se reportaron en el área de crédito y cobranza lo cual significa que siendo las áreas clave de la empresa por su giro (otorgar y recuperar crédito) resulta más complicado el alcance de objetivos y metas de operación, debido quizás a los directivos a cargo son los que más número de personas hay bajo su mando y la mayor carga de trabajo está dentro de estas áreas clave, son los que cuentan con menos años de antigüedad y experiencia laboral.

Haciendo un análisis del promedio obtenido por los 6 gerentes en las trece dimensiones se encontraron calificaciones a un nivel de 7.19 promedio, lo cual significa que de manera general la empresa se ubica en un nivel aceptable de habilidades, pero del análisis individual por área se ubica al área fiscalización como la mejor evaluada (7.85), además de reflejar que la habilidad mejor calificada en todas las áreas es la ética profesional con una calificación de 9.85.

Los niveles de competencias directivas están a un nivel bajo, y esto representa una oportunidad para los directivos de la empresa para dar inicio a la formulación de un plan de

mejora orientado a solventar las debilidades en las habilidades y con ello estar en posibilidad de establecer estrategias que lleven a una posición favorable frente a la competencia.

La mayor carga de trabajo en relación a las funciones asignadas y actividades realizadas la presenta el área de cobranza, seguida por la técnica y de crédito, después se ubica fiscalización y finalmente la jurídica, lo cual significa que los directivos que están menos presionados deben contar con el tiempo para seguir capacitándose y destinar parte del mismo para indagar grado de avance en cuanto a metas, pero el estudio arrojó que el área de cobranza en cuanto al promedio a pesar de su mayor carga de trabajo obtuvo calificaciones superiores a la de jurídico, debido quizás al mayor nivel de estudios profesionales y la experiencia previa en trabajos relacionados al giro de CREVI, sin embargo sigue presentando problemática en cuanto a recuperación de cartera vencida.

El 50% del personal de CREVI está conformado por hombres, con un grado máximo de preparación de nivel licenciatura, el otro 50% son mujeres y solo una de ellas refirió contar con una preparación a nivel maestría, destacando que ésta presenta calificaciones a niveles altos en cuanto a sus habilidades.

Las variables de edad y género analizadas en el CCD no son factores que determinan el nivel de competencias directivas, lo cual significa que todos los directivos de CREVI están en igualdad de circunstancias y oportunidades, quizá es debido a que el Director General observa la política de equidad de género como algo favorable de aplicar.

Al realizar la correlación de las cinco fuerzas de Porter con las competencias directivas, se obtuvieron valores altos en lo que respecta a las amenazas de nuevos competidores y la generación de productos sustitutos, lo cual significa que la empresa CREVI deberá ocuparse en desarrollar habilidades en su personal que coadyuven a ganar clientes y con ello incrementar ganancias, además de solventar las problemáticas antes mencionadas (cartera vencida, colocación de crédito y alcance de metas).

Los resultados obtenidos muestran que los directivos que poseen un mayor número de años de antigüedad en el puesto, un grado superior de preparación profesional y además cuentan con la experiencia de haber laborado en otras empresas similares, aumenta la calificación reflejada en las trece dimensiones, tal como lo muestra el área de fiscalización, cuyas calificaciones de 7.98 fueron las más sobresalientes.

Finalmente, los resultados en general identificados en el presente estudio muestran la necesidad de que los directivos de la empresa CREVI reconozcan sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, que les permitan pasar a la fase de intervención y así poner en práctica una serie de acciones que posibiliten el mejoramiento de sus habilidades y en consecuencia incrementar la competitividad de la empresa con base en estrategias efectivas.

Fuentes de consulta

- ARAGON, S., RUBIO, B., SERNA J., CHABLE S. (2010, Abril). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Revista Ciencia en Tecnología. No. 47, (4-12).
- ARISTEGUI, C. (2013, 10 de Agosto) Afectará crisis económica internacional a México: Carstens, Aristegui Noticias, México, D.F. Recuperado de <http://aristeguinoticias.com/1601/mexico/afectara-tesis-economica-internacional-a-mexico-carstens/>
- BUITRÓN, G. (1999). El impacto de las características individuales y organizacionales en la efectividad: un estudio de la micro, pequeña y mediana empresa manufacturera en México. *Proyecciones*, 1, 2-13.
- FERRER, J., 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 Primer semestre, pp.81-100
- CARDONA P., GARCÍA-LOMBARDIA P. (2005).Cómo desarrollar las competencias de liderazgo. España. Editorial Eunsa.
- CARDONA, P., CHINCILLA, N. (1999, Diciembre). En busca de las Competencias Directivas. El nuevo paradigma que está revolucionando la dirección de personas. Harvard Business Deusto Review, IESE 19. 89, pp. 10-19.
- EQUIA, A. (2000). México en el entorno competitivo mundial del siglo XXI. Proyecto clase media empresarial. Fundes de México. Disponible desde Internet en www.coparmex.org.mx/contenidos/publicaciones/.../equihua.doc. (Consultado 28 de Octubre de 2012).

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA INEGI, (2009) extraído desde la página oficial de internet www.inegi.org.mx, consultado el 15 de diciembre del 2012.

MILENIO GRUPO, (2013, 2 de julio). La vivienda en México, Milenio grupo Editorial, México.

OLALDE QUINTANAR, (2010). Reflexiones sobre la competitividad de las PyMEs mexicanas y la importancia de la protección de las ideas. *Gaceta UNAM Campus Morelos*.

PORTER, M.(1990).The competitive advantage of nations, New York, The Free Press Word Economic Forum.Traducción (1991): La ventaja competitiva de las naciones, Plaza & Janes. Barcelona.

PORTER, M.(1999, Diciembre). Como Influyen las Fuerzas de la Competencia en la Formación de una Estrategia. en: Colección Documentos IICA, Serie de Competitividad, No. 17. Bogotá.

PORTER, M. (2009).Ser competitivo. Harvard Business Press. Ediciones Deusto. Barcelona, 550p. Consultado desde:
http://www.academia.edu/2917951/La_ventaja_competitiva_de_las_naciones

PROGRAMA INSTITUCIONAL DE VIVIENDA (PIV 2011-2016). Gobierno del Estado de Hidalgo, Recuperado desde www.hidalgo.gob.mx

PUGA, J., MARTÍNEZ, L. (2006). La importancia estratégica del desarrollo de administradores en la alta dirección. *Revista Aspectos*, 3, pp. 103 – 112

RUBIO, A. (2002). —Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la PYME, Cuadernos de Gestión, vol. 2, núm. 1, pp. 49-63.

Cuestionario para el análisis de las Fuerzas de Porter

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	Favorable	Neutro	Desfavorable
1- Ingreso de competidores			
1.1- Economía de grande escala.		x	x
1.2- Diferenciación de productos o lealtad de marca.	x		
1.3- Requerimiento de capital.			x
1.4- Ventajas de costos independientemente del tamaño.			x
1.5- Acceso a los canales de distribución.			x
1.6- Influencia de la política gubernamental.	x		
2- Amenaza de sustitutos			
2.1- Existen productos sustitutos.			x
3- Poder de negociación de los compradores			
3.1- Está concentrado y compra grandes volúmenes.	x		
3.2- Grado de estandarización del producto.	x		
3.3- Los productos que adquieren forman un componente de sus productos y representan una fracción significativa de sus costos.	x		
3.4- Tiene bajos beneficios.	x		
3.5- Los productos son importantes en su calidad de producto o servicio de los consumidores.	x		
3.6- Los productos economizan el dinero de los consumidores.		x	
3.7- Los consumidores plantean una amenaza de integración hacia atrás al realizar productos industriales.	x		
4- Poder de negociación de los proveedores			
4.1- Está dominado por unas pocas compañías y están concentradas en la industria que venden.	x		
4.2- Costos de cambio de proveedores.			x
4.3- Amenaza real de integración hacia delante.	x		
4.4- Que pueda integrarse hacia atrás.			x
4.5- La industria es un cliente importante para los proveedores.	x		
5- Rivalidad entre los jugadores existentes			
5.1- Número de competidores con recursos y capacidades similares.			x
5.2- Tasa de crecimiento del sector industrial.	x		
5.3- Magnitud de costos fijos o de almacenamiento.		x	
5.4- Diferenciación de producto o lealtad de marca.	x		
5.5- Barreras de salida.	x		
5.6- Si los rivales tienen diferentes estrategias, orígenes y cultura.	x		

Factores psicosociales del trabajo que son identificados como riesgo a la salud. Un estudio en una mediana empresa de elaboración de calzado.

M.G.A. Alejandra Corichi García
Dra. Dolores Margarita Navarrete Zorrilla

*Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Instituto de Ciencias Económico Administrativas*

Resumen

Los factores psicosociales han tenido una gran relevancia en los últimos tiempos; lo anterior debido a que en diferentes estudios han evidenciado el crecimiento de afecciones de salud, sobre todo en el personal de las empresas.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo: estipular los factores psicosociales de riesgo a los cuales se exponen los trabajadores del área administrativa de una mediana empresa de elaboración de calzado; con la finalidad de conocer la problemática e identificar los factores psicosociales que pueden afectar la salud de los trabajadores y plantear alternativas en beneficio de la salud de los mismos.

Para ello llevar a cabo la presente investigación se utilizó el método Ista21, el cual mide la exposición a seis grandes grupos de factores de riesgo psicosocial: exigencias psicológicas, trabajo activo y posibilidades de desarrollo, inseguridad, apoyo social y calidad de liderazgo, doble presencia y estima.

El objetivo es desarrollar una investigación transeccional descriptiva. De las seis dimensiones mencionadas anteriormente.

Es importante mencionar que se tomarán en cuenta las características de la relación que puede surgir entre la organización, las condiciones del trabajo que se le otorgan al personal y la salud de los trabajadores.

Palabras Clave: factores psicosociales, salud de los trabajadores, condiciones de trabajo.

Introducción

El trabajo ha significado para las sociedades lo que distingue al ser humano en su quehacer cotidiano; con el paso del tiempo hombres y mujeres han estado propensos a situaciones relativas al trabajo, las cuales involucran de manera inevitable poner en riesgo la salud o la vida.

Como consecuencia de la actividad que se realiza o el entorno en el cual se desempeña esta, el riesgo en el trabajo representa la posibilidad de enfermarse o accidentarse. Es irremediable que en todo centro de trabajo, independientemente del tipo de actividad a la cual se dedique o el tamaño del mismo, estarán presentes situaciones que generan riesgos, los cuales según Janaina (2000:126) son —elementos, fenómenos, ambiente y acciones humanas que encierran una capacidad potencial de producir lesiones o daños materiales y cuya probabilidad de ocurrencia depende de la eliminación o control del elemento agresivo.

Los factores psicosociales en este contexto tienen un gran énfasis en los últimos años debido a que han cobrado especial importancia, por cuanto los estudios realizados especialmente acerca del estrés y sus consecuencias han mostrado el crecimiento de afecciones de salud en la población, particularmente en la población trabajadora.

Moncada y otros (2007), se reafirma esta idea cuando señalan: —Para la salud laboral, los factores de riesgo psicosocial representan un campo de creciente interés, especialmente desde que en las últimas décadas la investigación epidemiológica ha aportado fuertes evidencias de su impacto sobre la salud. Sin embargo, no se trata de un hecho nuevo. Lo que la investigación ha identificado como —factores de riesgo psicosocial‖ no es más que

condiciones de trabajo, estrechamente relacionadas con su organización, que son causa de enfermedad. Cuando utilizamos la jerga técnica —factores psicosociales‖ estamos hablando de ritmos e intensidad de trabajo excesivo, tiempos incontrolables, desconsideración y ninguneo, trato injusto, futuro inseguro; en definitiva de condiciones de trabajo que no permiten el aprendizaje, el crecimiento y la autonomía, y dificultan que —ejercemos‖ también en el trabajo de aquello que realmente somos: seres sociales y creativos capaces y deseosos de aprender y decidir sobre nuestra vida cotidiana y nuestro futuro. Lo —nuevo‖ es pues que hoy tenemos mayor conocimiento y experiencia que nunca acerca del daño que la organización insaludable del trabajo puede provocar. Y hay que aprovecharlo. (p.35).

Para determinar los factores psicosociales de riesgo a los cuales se exponen los trabajadores del área administrativa de una mediana empresa de elaboración de calzado a fin de conocer la problemática y plantear alternativas en beneficio de la salud de los trabajadores; se realiza primeramente llevar a cabo una revisión teórica de los principales autores consultados sobre el tema y que le dan validez al presente estudio; posteriormente se plantea la metodología y los resultados obtenidos en el estudio de caso.

Desarrollo

Factores Psicosociales

El concepto factores psicosociales hace referencia a aquellas condiciones que se encuentran presentes en una situación laboral y que están directamente relacionadas con la organización, el contenido de trabajo y la realización de la tarea, y que tienen capacidad para afectar tanto al bienestar o la salud (física, psíquica o social) del trabajador, como al desarrollo del trabajo. Los factores psicosociales son susceptibles de provocar daños a la

salud de los trabajadores, pero también pueden influir positivamente en la satisfacción y, por tanto, en el rendimiento.

Según el Comité Mixto OIT / OMS, los factores psicosociales —consisten en interacciones entre, por una parte, el trabajo, el medio ambiente y las condiciones de organización, y por la otra, las capacidades del trabajador, sus necesidades, su cultura y su situación personal fuera del trabajo, todo lo cual, a través de percepciones y experiencias, pueden influir en la salud, el rendimiento y la satisfacción en el trabajo.

La actividad del personal es definitiva para que el sistema técnico de la empresa funcione correctamente. Aunque en una unidad de trabajo se precisen unas medidas adecuadas para prevenir los riesgos laborales, la acción (consciente o inconsciente) de una persona puede acabar con los resultados esperados.

Lograr la armonía entre los factores humanos y las condiciones de trabajo, el trabajo crea confianza en sí mismo, aumenta la motivación, la capacidad de trabajo y mejora la salud. Si no existe dicha armonía entre las oportunidades y las exigencias ambientales, por un lado, y las necesidades, aptitudes y aspiraciones del trabajador, por otro lado, producen reacciones de tipo diferente.

Las consecuencias nocivas que los factores psicosociales tienen sobre la salud del trabajador hacen referencia a alteraciones fisiológicas y psicosomáticas (dolores de cabeza, musculares; trastornos del sueño.), psíquicas (falta de atención, etc.). Esto crea mal funcionamiento en la organización dándose un aumento del ausentismo, disminución del

rendimiento, problemas de relación, desmotivación laboral, mayor número de accidentes y averías, entre otros.

El Instituto Nacional de Higiene y Seguridad en el Trabajo (2008) señala: —La relación entre la organización del trabajo, los factores psicosociales y la salud no parece tan evidente como la que existe entre otros factores de riesgo (el ruido, por ejemplo) y la salud. Los efectos de la organización del trabajo son más intangibles e inespecíficos, y se manifiestan a través de diversos mecanismos emocionales (sentimientos de ansiedad, depresión, alienación, apatía, etc.), cognitivos (restricción de la percepción, de la habilidad para la concentración, la creatividad o la toma de decisiones, etc.), conductuales (abuso de alcohol, tabaco, drogas, violencia, asunción de riesgos innecesarios, etc.), y fisiológicos (reacciones neuroendocrinas)l.

Los factores de riesgo se presentan durante la interrelación del individuo con el entorno laboral, por tal motivo, ninguna persona que trabaje estará exenta de verse afectada por ellos. En este medio ambiente de trabajo la salud y el bienestar de los trabajadores se ve afectada por esta combinación los componentes genéticos, psicológicos, sociales y diferentes circunstancias.

Según Álvarez (2006), en el ámbito laboral, los factores psicosociales de riesgo se definen como: —Aquellas condiciones que se encuentran presentes en una situación laboral y que están directamente relacionadas con la organización, el contenido del trabajo y la realización de las tareas, y que afectan el bienestar o la salud (física, psíquica y social) del trabajador, como al desarrollo del trabajoll. (p.53). Sin embargo, ante tales condiciones, no

todos los trabajadores reaccionan igual, por el contrario, sus propias habilidades para manejar las situaciones relacionadas con las actividades que desempeñan y el entorno que les rodea, determinan importantes diferencias entre la posibilidad o no de resultar afectado.

Según Álvarez (2006:54) entre los factores psicosociales se incluyen: —La carga mental de trabajo, la autonomía temporal, el contenido del trabajo, la supervisión – participación, la definición de rol, el interés por el trabajador, las relaciones personales y los turnos rotativos.

En términos de Bohlander, Snell y Sherman (2001:500), —las causas de las tensiones son muchas; sin embargo, las principales son cargas de trabajo y presiones excesivas, despidos, reestructuración organizacional y las condiciones económicas globales.

A demás de las exigencias del puesto de trabajo, los procesos de trabajo, las maquinarias y horarios, son elementos que se conjugan para originar en el trabajador —tensiones que en un momento determinado originan padecimientos psicológicos o mentales, y emocionales, tales como: insomnio, pérdida del apetito, depresión, alteración nerviosa, ansiedad, entre otros. Al respecto Villalobos (2004) plantea: —Los factores de riesgo psicosocial pueden entenderse como la condición o condiciones del individuo, del medio extra laboral o del medio laboral, que bajo determinadas condiciones de intensidad y tiempo de exposición generan efectos negativos en el trabajador o trabajadores, en la organización y en los grupos y, por último, producen estrés, el cual tiene efectos a nivel emocional, cognoscitivo, del comportamiento social, laboral y fisiológico. (p.199).

Clasificación de los Factores Psicosociales

1º Atendiendo a las características de la empresa:

- Dimensión de la Empresa
- La imagen que la sociedad tiene de la Empresa
- Ubicación
- Diseño del Centro o Centros de Trabajo. El lugar de trabajo como factor psicosocial hace referencia al espacio disponible para cada trabajador, la distribución y el acondicionamiento del espacio para ese trabajo, los equipamientos sociales
- Actividad

2º Atendiendo a las características de los puestos de trabajo

o relativos al ambiente de trabajo:

- Iluminación
- Ruido
- Temperatura
- Ambientes Contaminados

o relativos a la tarea:

- Carga Mental.
- Autonomía Temporal
- Contenido del Trabajo
- Supervisión-Participación

3º Atendiendo a las características de la estructura de la organización:

- Definición del Rol
- Interés por el Trabajador
- Relaciones Personales

4º Atendiendo a las características de los recursos humanos:

- Dificultad de comunicación
- Fatiga psíquica
- Insomnio
- Neurosis y psicosis
- Depresiones
- Estrés

Estrés

El estrés ha sido identificado como uno de los riesgos emergentes más importantes en el panorama laboral actual, y en consecuencia, como uno de los principales desafíos para la seguridad y la salud a que se enfrentan las organizaciones.

El estrés laboral no es un asunto trivial y puede alterar significativamente la conducta de las personas, perjudicar la calidad de vida y dañar la salud. En la Unión Europea, el estrés relacionado con el trabajo es el segundo problema de salud más común.

El término estrés es utilizado para referirse a una amplia variedad de estados entre los que se encuentra el individuo afectado por diferentes presiones. Por todo ello, en el momento de

tratar con el término —estrés‖ se tiene problemas tanto para definirlo o explicarlo como para determinar una metodología para medirlo. Aun así, podemos aproximarnos al concepto al definirlo como un —conjunto de reacciones emocionales, cognitivas, fisiológicas y del comportamiento, ante ciertos aspectos nocivos del contenido, la organización o el entorno de trabajo‖ (Comisión Europea2.000). Pero el estrés no está en función sólo de las demandas del entorno, sino que depende en gran medida de la percepción que la persona tiene de esas demandas y de su capacidad para adaptarse a ellas. Las causas del estrés: riesgos físicos y psicosociales

Los factores del estrés laboral pueden ser:

- **Sobrecarga o infracarga de trabajo:** El volumen, la magnitud o complejidad de la tarea (y el tiempo disponible para realizarla) está por encima o por debajo de la capacidad del trabajador para responder a la misma.
- **Repetitividad:** No existe una gran variedad de tareas a realizar (son monótonas y rutinarias) y/o son repetidas en ciclos de muy poco tiempo.
- **Ritmo de trabajo:** El tiempo de realización del trabajo está marcado por los requerimientos de la máquina, concediendo la organización poca autonomía para adelantar o atrasar su trabajo al trabajador.
- **Ambigüedad de rol:** Existe una inadecuada información al trabajador sobre su rol laboral y organizacional.
- **Conflicto de rol:** Existen demandas conflictivas, o que el trabajador no desea cumplir. Oposición ante las distintas exigencias del trabajo, conflictos de competencia.

- **Relaciones personales:** Problemática derivada de las relaciones (dependientes o independientes del trabajo) que se establecen en el ámbito laboral tanto con superiores y subordinados como con compañeros de trabajo.
- **Inseguridad en el trabajo:** Incertidumbre acerca del futuro en el puesto de trabajo.
- **Promoción:** La organización dificulta o no ofrece canales claros a las expectativas del trabajador de ascender en la escala jerárquica.
- **Falta de participación:** La empresa restringe o no facilita la iniciativa, la toma de decisiones, la consulta a los trabajadores tanto en temas relativos a su propia tarea como en otros aspectos del ámbito laboral.
- **Control:** Existe una amplia y estricta supervisión por parte de los superiores, restringiendo el poder de decisión y la iniciativa de los trabajadores.
- **Formación:** Falta de entrenamiento previo al desempeño de una determinada tarea
- **Cambios en la organización:** Cambios en el ámbito de la organización que suponga por parte del trabajador un gran esfuerzo de adaptación que no es facilitado por la empresa.
- **Responsabilidad:** La tarea del trabajador implica una gran responsabilidad (tareas peligrosas, responsabilidad sobre personas, etc.)
- **Contexto físico:** Problemática derivada del ambiente físico del trabajo, que molesta, dificulta e impide la correcta ejecución de las demandas del trabajo y que en algunos momentos por su peligrosidad puedan provocar en el individuo un sentimiento de amenaza.

El Síndrome del “BURN-OUT”

Un concepto relacionado con el estrés es el síndrome de -burnout o -de desgaste profesional o -estar quemado, utilizado para referirse al desgaste profesional que sufren

los trabajadores de los servicios humanos (educación, salud, administración pública, etc.), debido a unas condiciones de trabajo que tienen fuertes demandas sociales.

Podemos definir el Síndrome de —Burnout‖ como un estado de agotamiento físico, emocional y mental, causado cuando el sujeto se involucra en situaciones emocionalmente demandantes, durante un tiempo prolongado.

Se caracteriza por:

- El cansancio emocional (pérdida progresiva de energía, desgaste, agotamiento, fatiga, etc.).
- La despersonalización. Manifestada por irritabilidad, actitudes negativas y respuestas frías e impersonales hacia las personas (clientes, pacientes, alumnos etc.)
- La falta de realización personal. Con respuestas negativas hacia sí mismo y el trabajo.

Hostigamiento Psicológico en el Trabajo: MOBBING

El término mobbing se considera como una forma característica del estrés laboral y se define como una situación en la que una persona o grupo de personas ejercen una presión psicológica extrema, de forma sistemática (al menos una vez por semana) durante un tiempo prolongado (más de seis meses) sobre otra persona en el lugar de trabajo. También se conoce con los nombres de hostigamiento o psicoterror.

Las hipótesis de su origen están básicamente ligadas a dos aspectos:

- La organización del trabajo: deficiente organización, ausencia de interés de los superiores, carga alta o mal distribuida de trabajo, flujos pobres de información, líderes espontáneos no oficiales, conflictos de rol.

- La gestión de los conflictos por parte de los superiores (la negación del conflicto o la implicación activa en el mismo).

La Carga Mental

El trabajo conlleva siempre exigencias físicas y mentales, pero, en el ámbito teórico, para favorecer el análisis, se diferencia trabajo físico de trabajo mental según el tipo de actividad que predomine. Si el trabajo es predominantemente muscular se habla de "carga física", si, por el contrario, implica un mayor esfuerzo intelectual se habla de "carga mental".

La carga mental está determinada por:

- La cantidad y la calidad de la información. La mayor o menor complejidad de la información recibida condicionará, una vez superado el período de aprendizaje, la posibilidad de automatizar las respuestas.
- El tiempo. Si el proceso estímulo-respuesta es continuo, la capacidad de respuesta del individuo puede verse saturada; si por el contrario existen períodos de descanso o de menor respuesta, el individuo puede recuperar su capacidad y evitar una carga mental excesiva.

A estos factores, además, hay que añadir los relativos a las condiciones físicas (ruido, temperatura, iluminación), psicosociales (relaciones jerárquicas, sistema de comunicación, etc.) en las que se desarrolla el trabajo, así como otros de origen extralaboral.

Considerando al individuo que realiza el trabajo y las personas tienen una capacidad de respuesta limitada que está en función de: La edad, el nivel de aprendizaje, el estado de fatiga, las características de personalidad, las actitudes hacia la tarea (motivación, interés, satisfacción), se puede originar una fatiga mental en caso de que la cantidad de esfuerzo de un individuo se exceda.

Se define la fatiga mental como la alteración temporal (disminución) de la eficiencia funcional mental y física. La disminución de la eficiencia funcional se manifiesta, por ejemplo, mediante una peor relación esfuerzo / resultado, a través de la naturaleza y frecuencia de los errores; Pero el alcance de estas alteraciones está en parte determinado por las condiciones de la persona.

También es centro de interés el llamado lapsus. La persona que realiza trabajos que requieren toda su atención y vigilancia durante prolongados períodos de tiempo está expuesta a lapsus o bloqueos que actúan como mecanismos automáticos de regulación del organismo frente a la fatiga. La frecuencia y duración de estos bloqueos aumenta conforme se prolonga en el tiempo la exigencia de atención y de procesamiento de información. Estos lapsus pueden generar desde una disminución del rendimiento en el trabajo hasta fallos graves.

Por añadidura, en estas circunstancias no hay un verdadero descanso ni recuperación del organismo.

La relación entre la sensación de fatiga y la motivación en el trabajo es de tipo inverso, de manera que la realización de una tarea con escasa motivación por parte de la persona se acompaña de una pronta aparición de síntomas de fatiga.

Sin embargo, cuando la motivación es alta puede no sentirse fatiga hasta que ésta alcance un nivel muy elevado (cercano al agotamiento). De algún modo, parece que el umbral para la sensación de fatiga es distinto según la motivación que se tenga para realizar una actividad y por lo tanto, las energías que se está dispuesto a aplicar a la misma.

Por otra parte, cuando existe un desequilibrio prolongado entre la capacidad del organismo y el esfuerzo que debe realizar para dar respuesta a las necesidades del ambiente, puede aparecer la fatiga crónica. Se da, no por una sobrecarga de trabajo accidental, sino por una determinada carga que se va repitiendo. Sus síntomas, que no sólo se sienten durante o después del trabajo sino que pueden ser permanentes, son los siguientes:

- Inestabilidad emocional: irritabilidad, ansiedad, estados depresivos
- Alteraciones del sueño.
- Alteraciones psicosomáticas: mareos, alteraciones cardíacas, problemas digestivos

Violencia en el Lugar de Trabajo

Uno de los riesgos a los que están sometidos las personas en el desempeño de su trabajo deriva de la interrelación con otras personas. Las personas pueden ser agresivas y violentas, lo que crea grandes exigencias y una gran presión emocional a sus superiores. Esto puede causar estrés, ansiedad, cansancio, depresión y agotamiento psíquico.

El concepto de violencia "exterior" en el trabajo comprende por lo general los insultos, las amenazas o la agresión física o psicológica ejercidos contra un trabajador por personas ajenas a la organización en la que trabaja, incluidos los usuarios y clientes, y que ponen en peligro la salud, la seguridad o el bienestar del trabajador.

Los actos agresivos o violentos adoptan la forma de:

- Comportamiento incívico – falta de respeto por los demás;
- Agresión física o verbal – intención de herir;
- Ataques – intención de hacer daño a la otra persona.

Las consecuencias para el individuo son muy diversas, y van desde la desmotivación y la pérdida de satisfacción por el trabajo realizado hasta el estrés (incluso para la víctima indirecta, el testigo del acto o incidente violento), y los daños para la salud física o psicológica. Pueden darse síntomas postraumáticos, como miedo, fobias y alteraciones del sueño y, en casos extremos, se puede producir un trastorno de estrés postraumático.

El Tiempo de Trabajo

El tiempo de trabajo es uno de los aspectos de las condiciones de trabajo que tiene una repercusión más directa sobre la vida diaria. El número de horas trabajadas y su distribución pueden afectar no sólo a la calidad de vida en el trabajo, sino a la vida fuera de él. El tiempo de trabajo hace referencia a la organización y al contenido del trabajo, que son analizados en función del tiempo.

Se trata de estudiar los horarios de trabajo, la duración de las jornadas, la optimización de pausas y descansos, etc. evaluando la relación fatiga – descanso y tomando en consideración el tipo de trabajo, su contenido y carga, así como los distintos tipos de organización.

Dadas las características humanas, la actividad laboral debería desarrollarse durante el día, a fin de lograr una coincidencia entre la actividad laboral y la actividad fisiológica. Sin embargo, en algunas actividades es necesario establecer turnos de trabajo con horarios de trabajo que están fuera de los que sería aconsejable, ya sea por necesidades del propio servicio o por necesidades productivas o del proceso.

En un intento de definición de los distintos tipos de horario, habitualmente entendemos por tiempo de trabajo el que implica una jornada laboral de ocho horas, con una pausa para la comida.

El trabajo a turnos supone otra ordenación del tiempo de trabajo: se habla de trabajo a turnos cuando el trabajo es desarrollado por distintos grupos sucesivos, cumpliendo cada uno de ellos una jornada laboral, de manera que se abarca un total de entre 16 y 24 horas de trabajo diarias.

Metodología

El interés por la temática despertó la inquietud por incursionar en el estudio de un hecho real, por ello se indagó teóricamente sobre el tema a fin de sustentarlo y se concretó el trabajo con la aplicación de un instrumento de evaluación de Factores Psicosociales. Se utilizó la versión corta del Cuestionario de Evaluación de Riesgos Psicosociales en el Trabajo, que es la adaptación para el Estado español del Cuestionario Psicosocial de Copenhague (CoPsoQ) ISTAS 21.

La empresa objeto de estudio se dedica a la elaboración de calzado, la investigación tiene como propósito principal, determinar los factores psicosociales de riesgo a los cuales se exponen los trabajadores del área administrativa, a fin de conocer la problemática y plantear alternativas en beneficio de la salud de los trabajadores. En tal sentido, simultáneamente se evaluaron los factores de riesgos psicosociales, se determinaron las dimensiones críticas que afectan principalmente a los trabajadores del área administrativa y; finalmente, se propusieron recomendaciones para disminuir la magnitud de los riesgos detectados.

Se pretende observar el fenómeno en su ambiente natural considerando que corresponde a un Diseño No Experimental; en cuanto al tipo de investigación, esta correspondió a una investigación transeccional o transversal, en virtud de que recopila datos en un momento único, de manera puntual se trata de un Diseño Transeccional Descriptivo, ya que está dirigido a estudiar un fenómeno específico que tiene lugar en un caso real.

En cuanto a la población y muestra, el método de muestreo utilizado fue No Probabilístico; se analizó a todos los trabajadores del área administrativa de la mediana empresa de elaboración de calzado; la selección de esta área obedeció a razones de conveniencia para la investigación; debido a que el mismo engloba un significativo número de actividades de cierto nivel de responsabilidad relacionadas con el control interno de la empresa, el manejo administrativo y contable de los recursos, la gestión de costos y el control de la información.

Adicionalmente, las tareas que desempeñan los trabajadores de esta área se caracterizan por: la diversidad, la necesidad de actualización constante y la rapidez de respuesta, las cuales se consideran variables de incidencia nociva sobre la salud. En total, la muestra estudiada estuvo conformada por los diez empleados que integran esta área, los cuales en general tienen asignadas importantes responsabilidades; lo cual hacía presumir la exposición nociva a factores psicosociales.

El Cuestionario Psicosocial de Copenhague (CoPsoQ) ISTAS 21

Para la evaluación de riesgos psicosociales se recomienda utilizar métodos que apunten al origen de los problemas, es decir, a las características de la organización del trabajo, y no a las características de las personas.

El método Iastas21, es una herramienta de origen danés que fue desarrollada por una entidad de reconocido prestigio a nivel internacional, orientada a la evaluación de riesgos laborales de naturaleza psicosocial para fundamentar una metodología de prevención, es decir pretende ser un instrumento de evaluación orientado a la prevención.

Este método está debidamente diseñado para identificar y medir la exposición a seis grandes grupos de factores de riesgo para la salud de naturaleza psicosocial en el trabajo. El método Iastas 21 es definido por Moncada y otros (2002) como: —Un cuestionario individual, que no evalúa al individuo, sino la exposición a factores de riesgo para la salud de naturaleza psicosocial, a través de las respuestas de todo el colectivo empleado en la unidad objeto de evaluación. Por ello, las respuestas al cuestionario son anónimas y debe garantizarse su confidencialidad. Los datos deben ser tratados por personas (ajenas o no a la empresa) que asuman y cumplan rigurosamente con todos y cada uno de los preceptos legales y éticos de protección de la intimidad y de los datos e informaciones personalesl. (p. 13).

Este instrumento está diseñado para identificar y medir la exposición a seis grandes grupos de factores de riesgo para la salud de naturaleza psicosocial en el trabajo.

Los mismos son:

Exigencias Psicológicas.

Trabajo activo y posibilidades de desarrollo.

Inseguridad.

Apoyo social y calidad de liderazgo.

Doble presencia.

Estima.

Cada uno de estos grupos, recibe el nombre de dimensión psicosocial, que a su vez, es denominado —apartado, quedando entonces, el instrumento conformado por seis apartados; para cada uno de los cuales existe una puntuación preestablecida, lo cual determina el resultado obtenido, según tres escalas: Una verde, que indica un nivel de exposición tolerable para la salud, una amarilla, que representa un nivel de exposición psicosocial intermedio, y otra roja, que corresponde con un nivel de exposición desfavorable o nocivo, tal como se muestra en la tabla N° 1

Tabla N° 1

Apartado	Dimensión psicosocial	Puntuación	Puntuaciones para la población ocupada de referencia		
			Verde	Amarillo	Rojo
1	Exigencias psicológicas		De 0 a 7	De 8 a 10	De 11 a 24
2	Trabajo activo y posibilidades de desarrollo (influencia, desarrollo de habilidades, control sobre los tiempos)		De 40 a 26	De 2 a 5	De 20 a 0
3	Inseguridad		De 0 a 1	De 2 a 5	De 6 a 16
4	Apoyo social y calidad de		De 40 a 29	De 28 a 24	De 23 a

	liderazgo				0
5	Doble presencia		De 0 a 3	De 4 a 6	De 7 a 16
6	Estima		De 16 a 13	De 12 a 11	De 10 a 0

Tabla de Puntuaciones Cuestionario Ista 21.

Resultados Obtenidos: Análisis y Comentarios

Una vez aplicado el instrumento Ista 21 y totalizados los resultados, se procedió a establecer conclusiones por cada apartado o dimensión psicosocial.

En relación al apartado N° 1: Exigencias Psicológicas.

El 70% de los encuestados se ubicaron en el nivel rojo de la escala propuesta por Ista 21, en virtud de que se encuentran en un nivel de exposición psicosocial desfavorable para la salud. Los trabajadores de esta área tienen que trabajar con rapidez, pues en algunos casos, de la culminación de sus tareas dependen las del resto de la organización, quienes esperan impacientes por el término del trabajo.

Es común que tengan que tomar decisiones importantes, de las cuales dependen las inversiones del negocio, así como posibles márgenes de ahorro en infraestructura tecnológica o recursos; adicionalmente, con frecuencia tienen que proponer ideas nuevas, estando obligados a controlar diversas actividades simultáneamente.

Apartado No. 2: Trabajo Activo y Posibilidades de Desarrollo

Del total de los sujetos, el 80% se ubica en el nivel amarillo, lo cual representa que el nivel de exposición psicosocial es intermedio, y un 20% en el nivel verde, según el cual este factor no represente riesgo para la salud del trabajador. El apartado N° 2 indica, qué nivel de influencia o margen de autonomía se posee en la forma de realizar el trabajo, además busca identificar si el trabajo otorga posibilidades para aplicar las habilidades y conocimientos o no tiene sentido, y si se puede adaptar el horario a las necesidades familiares.

Tal como se ha observado, estas variables no parecen ser problema para los trabajadores aún; sin embargo, ese 80% ubicado en el nivel amarillo debe ser considerado como una alerta, que cambiando un poco las circunstancias podría desplazarse hacia el nivel rojo, si no se toman ciertos correctivos. Tales resultados no son todavía del todo negativos, considerando que se ha demostrado que esta es la dimensión que tiene más efecto negativo en la salud, tanto física como mental.

Apartado N° 3: Inseguridad

En el nivel rojo están ubicados el 70% de los encuestados; esto significa que tal dimensión representa una situación desfavorable para la salud de los trabajadores. Esta dimensión va más allá de la inseguridad contractual para incluir la inseguridad sobre otras condiciones de trabajo: cambios de jornada y horario de trabajo, salario y forma de pago, movilidad funcional o de departamento contra la voluntad de los trabajadores y trabajadoras. La alta inseguridad en el trabajo supone una situación de riesgo para la salud, y en este caso,

resulta ser una dimensión que requiere ser considerada por la empresa, ya que definitivamente está incidiendo desfavorablemente en la mayoría de los trabajadores.

Apartado N° 4: Apoyo social y Calidad de Liderazgo

Según éste 50% de los encuestados se ubica en el intermedio (color amarillo), pero 40% se ubica en nivel rojo. Considerando que estas variables se centran en las habilidades de los superiores para dirigir el trabajo y en el apoyo que se puede recibir de éstos y de los subordinados, y que la falta o la pobreza de apoyo social es una de las dimensiones fundamentales en relación con los riesgos psicosociales; se deberían ejecutar acciones de tal manera que la mayoría de los trabajadores no se mueva hacia el nivel rojo (desfavorable). Todavía esta es una situación de alerta, pero debería ser atendida por la empresa.

Apartado N° 5: Doble Presencia

Tal dimensión está referida a las diferencias que caracterizan al trabajo desempeñado por el hombre o la mujer. Generalmente, las mujeres trabajadoras se responsabilizan y realizan la mayor parte del trabajo familiar y doméstico, con lo que efectúan un mayor esfuerzo de trabajo total en comparación con los hombres.

El 50% de los encuestados se ubica en el nivel rojo (desfavorable a la salud), mientras que 20% está en un nivel amarillo y otro 30% en el nivel verde. Visto de este modo, la doble presencia resulta una situación que atenta contra la salud de los encuestados.

Importante es destacar que la diferencia entre las actividades que la sociedad ha asignado en función al género, es una variable que incide de manera significativa en la salud de las

mujeres trabajadoras; estudios de género y trabajo, así lo destacan, y este caso no arrojó nada distinto.

Apartado N° 6: Estima

La gran mayoría de los trabajadores no siente que su trabajo sea reconocido o que reciban un trato justo y adecuado, situación que atenta con la salud y el bienestar de los mismos.

El 90% de los encuestados se ubicó en el nivel rojo, la estima se refiere al respeto y el reconocimiento, al apoyo adecuado y al trato justo, se considera que la falta de estima en el trabajo supone una situación de riesgo importante para la salud.

Discusión final

Las dimensiones más preocupantes resultaron: En primer lugar, Estima (apartado N° 6) con un 90% de los encuestados ubicados en este nivel de peligrosidad para la salud; en segundo y tercer lugar, Exigencias Psicológicas (apartado N° 1) e Inseguridad (apartado N° 3) con un 70% respectivamente, ubicados en nivel rojo o desfavorable. Se trata de 3 áreas de significativa influencia en el trabajo desempeñado por los empleados objeto de estudio, y potencialmente causantes de daños para su salud.

Se registró también un 80% en un nivel intermedio para el trabajo activo y posibilidades de desarrollo (apartado N° 2), lo cual contradice el deber ser de las actividades de esta área, que son apreciadas como retadoras y estimulantes. Importante es destacar que trabajadores expuestos a estas condiciones, están sometidos a situaciones sumamente desfavorables.

El estrés, la ansiedad, la depresión, diversos trastornos psicosomáticos, trastornos cardiovasculares, la úlcera de estómago, trastornos inmunitarios, alérgicos o las contracturas y el dolor de espalda pueden ser debidos a la exposición a riesgos psicosociales en el trabajo.

Tal como expone Guerrero (2003): —La incidencia del estrés sobre la salud es compleja y puede inducir directamente efectos psicológicos y fisiológicos que alteran la salud (trastornos de ansiedad, del estado de ánimo y psicofisiológicos), aunque también puede incidir de modo indirecto a través de conductas no saludables o estrategias de afrontamiento nocivas como beber alcohol, conductas de riesgo, etc. De igual modo, el estrés puede inhibir conductas relacionadas con la salud como llevar una vida sana a través del ejercicio físico. Parece pues que el estrés se puede asociar a una reducción de conductas de salud y a un incremento de conductas nocivas para éstas. (p. 147)

Para terminar y tomando en cuenta los resultados antes descritos y las teorías revisadas, se sugiere a esta empresa analizar aspectos que tienen que ver con la planeación de actividades ya que es necesario determinar tiempos de ejecución en las tareas y los horarios; además de considerar hacer un reconocimiento y trato justo al trabajo realizado, porque definitivamente son las circunstancias que principalmente están perjudicando a los trabajadores del área administrativa de esta empresa y que pueden incidir de manera negativa sobre su salud.

No se puede exponer a los trabajadores a situaciones estresantes, desmotivantes sin que su salud resulte resentida. Enfermedades cardiovasculares, gastrointestinales, neurológicas, y trastornos de comportamiento están asociados a este tipo de factores de riesgo; razones por

las cuales su tratamiento adecuado a fin de lograr la prevención de estas enfermedades, se hace indispensable sobre todo en estos tiempos, donde las presiones de tiempo, organizacionales, y exigencias profesionales, familiares o personales son cada vez mayores.

Bibliografía

Álvarez, F.(2006), Salud Ocupacional. Editorial Ecoe. Bogotá. Colombia

Bestratén, M. Marrón, M. A., y Nogareda, C. (2002). Gestión de la prevención de riesgos laborales en la pequeña y mediana empresa (2º edición). Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo (INST) Barcelona.

Bohlander, G. Snell, S. y Sherman, A. (2001). Administración de Recursos Humanos. International Thomson Editores. Decimosegunda Edición. México.

Bosqued, M. (2008). Quemados. El síndrome del burnout. Qué es y cómo superarlo. Barcelona: Paidós.

Guerrero, E. 2003. Análisis pormenorizado de los grados de burnout y afrontamiento del estrés docente en profesorado universitario. Anales de Psicología. Murcia. España. pp. 145-158.

Hurrell, J., Murphy, L., Sauter, S. Levi, L. Salud Mental. En: Jeanne PagerStellman, directora. Enciclopedia de Salud y Seguridad en el Trabajo. Ginebra; OIT, 1998. 5.1–5.23.

Instituto Sindical de Trabajo Ambiente y Salud, ISTAS (2003). Cuestionario Psicosocial de Copenhague (CoPsoQ). ISTAS 21. Manual de la versión media del Método ISTAS.

Janaina Camilo. (2000). Manual de Seguridad e Higiene Industrial. Editorial Limusa. México DF.

López, O., Martínez S. La relación salud-trabajo. México; Universidad Autónoma Metropolitana, (1989).

Moncada, S., Artazcoz, L. Factores psicosociales. En: Benavides, F.G.; Ruiz- Frutos, C.; García, A.M. eds. Salud Laboral. Conceptos y técnicas para la prevención de riesgos laborales. Barcelona; Masson, S.A., (2000). 389–399.

Moncada, S., Llorens C., Gimeno, X., Font, A., (2007). Exposición laboral a riesgos psicosociales en la población asalariada española. Revista Estado de la Cuestión. España. pp.35 – 45.

Moncada, S., Llorens, C., y Kristensen, T., (2002). Manual para la evaluación de riesgos psicosociales en el trabajo. Fuente: http://www.istas.net/istas21/m_metodo_istas21.pdf / (Consultado el 24 - 02 -2008)

OIT. Factores psicosociales en el trabajo: naturaleza, incidencia y prevención.

Ginebra. Informe del Comité Mixto OIT/OMS, (1984). 5–78

Salanova, M. (2005). Metodología WONT para la Evaluación y Prevención de Riesgos Psicosociales. *Gestión Práctica de Riesgos Laborales*, 14, 22-32.

Sauter, S., Murphy, L., Hurrell, J., Levi, L. Factores Psicosociales y de Organización. En: Jeanne PagerStellman, directora. *Enciclopedia de Salud y Seguridad en el Trabajo*. Ginebra; OIT, (1998). 34.1–34.87

Villalobos, G. (2004). Vigilancia Epidemiológica de los Factores Psicosociales. Aproximación Conceptual y Valorativa. *Revista Ciencia y Trabajo*. No. 14. Bogotá. Colombia. pp. 197-201.

Anexos

Apartado 1

ELIGE UNA SOLA RESPUESTA PARA CADA UNA DE LAS SIGUIENTES

PREGUNTAS:

PREGUNTAS	RESPUESTAS				
	Siempre	Muchas veces	Algunas veces	Sólo alguna vez	Nunca
1) ¿Tienes que trabajar muy rápido?	4	3	2	1	0
2) ¿La distribución de tareas es irregular y provoca que se te acumule el trabajo?	4	3	2	1	0
3) ¿Tienes tiempo de llevar al día tu trabajo?	4	3	2	1	0
4) ¿Te cuesta olvidar los problemas del trabajo?	4	3	2	1	0
5) ¿Tu trabajo, en general, es desgastador emocionalmente?	4	3	2	1	0
6) ¿Tu trabajo requiere que escondas tus emociones?	4	3	2	1	0

SUMA LOS CÓDIGOS DE TUS RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS 1 a 6 =.....

puntos

Apartado 2

ELIGE UNA SOLA RESPUESTA PARA CADA UNA DE LAS SIGUIENTES

PREGUNTAS:

PREGUNTAS	RESPUESTAS				
	Siempre	Muchas veces	Algunas veces	Sólo alguna vez	Nunca
7) ¿Tienes influencia sobre la cantidad de trabajo que se te asigna?	4	3	2	1	0
8) ¿Se tiene en cuenta tu opinión cuando se te asignan tareas?	4	3	2	1	0
9) ¿Tienes influencia sobre el orden en el que realizas las tareas?	4	3	2	1	0
10) ¿Puedes decidir cuándo haces un descanso?	4	3	2	1	0
11) Si tienes algún asunto personal o familiar, ¿puedes dejar tu puesto de	4	3	2	1	0

trabajo al menos una hora sin tener que pedir un permiso especial?					
12) ¿Tu trabajo requiere que tengas iniciativa?	4	3	2	1	0
13) ¿Tu trabajo permite que aprendas cosas nuevas?	4	3	2	1	0
14) ¿Te sientes comprometido con tu profesión	4	3	2	1	0
15) ¿Tienen sentido tus tareas?	4	3	2	1	0
16) ¿Hablas con entusiasmo de tu empresa a otras empresas?	4	3	2	1	0

SUMA LOS CÓDIGOS DE TUS RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS 7 a 16

=..... puntos

Apartado 3

ELIGE UNA SOLA RESPUESTA PARA CADA UNA DE LAS SIGUIENTES

PREGUNTAS:

PREGUNTAS	RESPUESTAS				
	Muy preocupa do	Bastante preocupa do	Más o menos preocupad o	Poco preocupa do	Nada preocupa do
En estos momentos, ¿estás preocupado/a...					
17) por lo difícil que sería encontrar otro trabajo en el caso de que te quedaras en paro?	4	3	2	1	0
18) por si te cambian de tareas contra tu voluntad?	4	3	2	1	0
19) por si te varían el salario (que no te lo actualicen, que te lo bajen, que introduzcan el salario variable, que te paguen en especie, etc.) ?	4	3	2	1	0
20) por si te cambian el	4	3	2	1	0

horario (turno, días de la semana, horas de entrada y salida) contra tu voluntad?					
---	--	--	--	--	--

SUMA LOS CÓDIGOS DE TUS RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS 17 a 20

=..... puntos

Apartado 4

ELIGE UNA SOLA RESPUESTA PARA CADA UNA DE LAS SIGUIENTES

PREGUNTAS:

PREGUNTAS	RESPUESTAS				
	Siempre	Muchas veces	Algunas veces	Sólo alguna vez	Nunca
21) ¿Sabes exactamente qué margen de autonomía tienes en tu trabajo?	4	3	2	1	0
22) ¿Sabes exactamente qué tareas son de tu responsabilidad?	4	3	2	1	0
23) ¿En tu empresa se te informa con suficiente antelación de los cambios que pueden afectar tu futuro?	4	3	2	1	0

24) ¿Recibes toda la información que necesitas para realizar bien tu trabajo?	4	3	2	1	0
25) ¿Recibes ayuda y apoyo de tu inmediato o inmediata superior?	4	3	2	1	0
27) ¿Tu puesto de trabajo se encuentra aislado del de tus compañeros/as?	4	3	2	1	0
28) En el trabajo, ¿sientes que formas parte de un grupo?	4	3	2	1	0
29) ¿Tus actuales jefes inmediatos planifican bien el trabajo?	4	3	2	1	0
30) ¿Tus actuales jefes inmediatos se comunican bien con los trabajadores y trabajadoras?	4	3	2	1	0

SUMA LOS CÓDIGOS DE TUS RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS 21 a 30

=..... puntos

Apartado 5

ESTE APARTADO ESTÁ DISEÑADO PARA PERSONAS TRABAJADORAS QUE CONVIVAN CON ALGUIEN (PAREJA, HIJOS, PADRES...)

SI VIVES SOLO O SOLA, NO LO CONTESTES, PASA DIRECTAMENTE AL APARTADO 6

PREGUNTA	RESPUESTAS
31) ¿Qué parte del trabajo familiar y doméstico haces tú?	

Soy la/el principal responsable y hago la mayor parte de las tareas familiares y domésticas	4
Hago aproximadamente la mitad de las tareas familiares y domésticas	3
Hago más o menos una cuarta parte de las tareas familiares y domésticas	2
Sólo hago tareas muy puntuales	1
No hago ninguna o casi ninguna de estas tareas	0

ELIGE UNA SOLA RESPUESTA PARA CADA UNA DE LAS SIGUIENTES

PREGUNTAS:

PREGUNTAS	RESPUESTAS				
	Siempre	Muchas veces	Algunas veces	Sólo alguna vez	Nunca
32) Si faltas algún día de casa, ¿las tareas domésticas que realizas se quedan sin hacer?	4	3	2	1	0

33) Cuando estás en la empresa, ¿piensas en las tareas domésticas y familiares?	4	3	2	1	0
34) ¿Hay momentos en los que necesitarías estar en la empresa y en casa a la vez?	4	3	2	1	0

SUMA LOS CÓDIGOS DE TUS RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS 31 a 34

=..... puntos

Apartado 6

ELIGE UNA SOLA OPCIÓN PARA CADA UNA DE LAS SIGUIENTES FRASES:

PREGUNTAS	RESPUESTAS				
	Siempre	Muchas veces	Algunas veces	Sólo alguna vez	Nunca
35) Mis superiores me dan el reconocimiento que merezco	4	3	2	1	0

36) En las situaciones difíciles en el trabajo recibo el apoyo necesario	4	3	2	1	0
37) En mi trabajo me tratan injustamente	0	1	2	3	4
38) Si pienso en todo el trabajo y esfuerzo que he realizado, el reconocimiento que recibo en mi trabajo me parece adecuado	4	3	2	1	0

SUMA LOS CÓDIGOS DE TUS RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS 35 a 38 =
puntos

Emprendedores potenciales entre los estudiantes del Centro Universitario UAEM Zumpango

M.A. Laura Angélica Décaro Santiago

Profesor de Tiempo Completo del Centro Universitario UAEM Zumpango.

D. Jorge Eduardo Zarur Cortés

Profesor de Tiempo Completo del Centro Universitario UAEM Zumpango.

Resumen.

Diversas investigaciones muestran evidencia sobre la relación que guarda la generación de nuevas empresas y la mejora en las condiciones económicas de los países. De tal forma que desde los años 90's se ha dirigido la mirada hacia el sujeto de estudio llamado emprendedor. El emprendedor adquiere diversas facetas, la primera de ellas, la del emprendedor potencial EP- tal y como lo clasifica el Global Entrepreneurship Monitor GEM-; es decir, aquel que tiene la intención de iniciar una nueva empresa y que no será disuadido.

Así bien, existe una alta expectativa que señala niveles representativos de EP entre los estudiantes de nivel superior; por ello, el quehacer de las instituciones educativas es encontrar los mecanismos y estrategias que eviten su inhibición; para continúen con el proceso. Estas estrategias, dentro de un plan de acción, deben cimentarse bajo un diagnóstico.

Por tal motivo, el objetivo del presente documento es identificar si entre los estudiantes de las licenciaturas de Administración, Contaduría y Psicología del CU UAEM Zumpango se muestran indicadores importantes de actividad emprendedora potencial, así como identificar la percepción social e individual hacia dicha actividad. Es importante destacar

que a lo largo de este documento se hará referencia al estudio elaborado por el GEM en el año 2012, cuya finalidad es tener un punto de referencia.

Un elemento más por mencionar es que este documento presenta los primeros resultados de un diagnóstico que se pretende aplicar a nivel sistema UAEM, para posteriormente proponer estrategias que permitan potencializar el papel del emprendedor entre los estudiantes, para así contribuir al desarrollo regional y nacional

Palabras clave: Emprendedor potencial EP, estudiantes universitarios, indicadores.

Introducción.

Revisión de la literatura

El emprendedor se convierte en pieza clave para el desarrollo de actividades productivas en un país, generando sinergia entre el crecimiento y generación de empleos. Como resultado de esta relación se muestra preocupación por impulsar la creación de nuevas unidades económicas desde los años noventa por Japón, Canadá, Estados Unidos, así como países Europeos (Angelelli y Prats, 2005). De tal forma, que no es extraño encontrar en publicaciones argumentos como —las economías se benefician de la gente que es capaz de reconocer que tiene las habilidades necesarias para reconocer oportunidades para iniciar un negocio y para, de hecho, ponerlo en marcha (Naranjo, Campos, Flores y López, 2012, p. 30).

En la publicación titulada —Fomento de la actividad emprendedora en América Latina y el Caribe, emitido por el Banco Interamericano de Desarrollo, se explica cómo la actividad emprendedora genera impacto en el crecimiento y generación de empleos. Por el lado del crecimiento, la presencia de nuevas empresas empuja a las ya establecidas para mejorar

sus procesos y productos; generando así mayor eficiencia, innovación y variedad de productos. Y por el otro lado, la del empleo, existe una relación positiva entre la creación de nuevas empresas y la generación de nuevos empleos en el mediano y largo plazo (Aschroft y Love, 1996 citados por Angelelli y Prats, 2005). Así mismo, Gallegos, Grandet, Ramírez, Ramos y Villar (2014) mencionan que las nuevas empresas, en el agregado, generan más empleos que las viejas, haciéndose más evidente este aumento en las nuevas empresas TIC.

Entre las investigaciones más representativas sobre el tema se encuentra la elaborada por el GEM, iniciativa nacida en 1997 y que en la actualidad cuenta con presencia en alrededor de 100 economías, incluyendo a México. Los datos arrojados por el GEM en el 2012 responden a la pregunta: ¿cuál es el perfil del emprendedor en México? Así bien, el perfil del emprendedor mexicano está representado en el joven adulto entre los 25 y 44 años de edad, con mayor porcentaje en educación superior, ingreso medio; y que además cuenta con otro empleo.

¿Qué es el proyecto GEM? el GEM es un proyecto propuesto por Babson College y la London Business School en 1997; en México arribó en 2001 con la participación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Este proyecto es reconocido como el proyecto de investigación más importante a nivel global en el estudio de la actividad emprendedora.

Entre los objetivos del proyecto GEM se encuentra el medir y realizar comparaciones respecto al nivel y características de la actividad emprendedora en las diferentes economías que forman parte del GEM. Para ello, el proyecto analiza el emprendurismo como un proceso compuesto de diversas etapas; desde la intención para iniciar un negocio como EP, hasta el emprendedor que ha tomado acciones para concretar una idea y se ha establecido.

Es decir, una vez que el emprendedor toma acciones, puede ser nombrado naciente, nuevo o establecido. Antes de 3 meses de operación es situado en el peldaño de emprendedor nacido; en operación con menos de 3.5 años es emprendedor nuevo; y después de los 3.5 años es nombrado emprendedor establecido. Todas estas etapas pueden visualizarse en la figura 1.

Figura1. Fases de la actividad emprendedora



Fuente: GEM México 2012

Para el GEM, el emprendimiento significa —cualquier intento de un nuevo negocio o una nueva empresa de modo que proporcione auto empleo, una nueva unidad de negocio, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, grupo de individuos o un negocio establecido. Para efectos de la investigación, se entenderá por EP —concepto explicado también en el modelo GEM—, aquel sujeto cuyas características los hacen candidato idóneo para iniciar una nueva empresa, junto con sus percepciones sociales y personales.

Las percepciones referidas en el párrafo anterior se dividen en: el estatus social del emprendedor, la atención y promoción que los medios de comunicación les brinda; así como actitudes y percepciones personales que motivan o inhiben la actividad emprendedora. (Naranjo, et. al 2012). Consecuentemente, la combinación adecuada de

estos factores permitirá que el emprendedor se concretice y nazca, pues finalmente la actividad emprendedora se define como —perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad (Stevenson, 2000, citado por Gajón, Reyna, Armenteros y Mijares, 2014, p.688).

Ahora bien, el proyecto GEM ha sido trasladado al contexto regional por medio del Regional Entrepreneurship Monitor REM, denominado GEM-REM que pretende analizar características distintivas de los emprendedores y empresarios establecidos entre las variables consideradas: sexo, edad, capital humano, miedo al fracaso, capital social y ocupación (Contín, Larraza, Mas, 2007). Este traslado utiliza la misma línea del proyecto GEM. Así bien y en la misma línea del GEM, será analizada la actividad emprendedora potencial entre los estudiantes del CU UAEM Zumpango.

Objetivos y problema de investigación

Tomado de referencia el perfil emprendedor del estudio GEM; es latente el EP entre los estudiantes universitarios —quienes aún no han llevado a cabo la apertura de una empresa pero tiene el convencimiento de tener las habilidades, capacidades y motivación para emprender un negocio—. Para el año 2012, el universo en el que estaban inmersos los emprendedores universitarios potenciales fue de 4 millones de jóvenes —el 33% de los jóvenes en 19 y 23 años—; de los cuales 30% asistieron a universidades públicas estatales o federales (Naranjo, et. al 2012).

Es decir, entre los estudiantes existe una alta posibilidad de EP, cuyas características los hacen candidatos idóneos. Es importante resaltar que estos sujetos son influenciados tanto por percepciones sociales como personales; entre los que destacan: el estatus social del emprendedor, la atención y promoción que los medios de comunicación les brinda; así

como actitudes y percepciones personales que motivan o inhiben la actividad emprendedora. (Naranjo, et. al 2012).

Por lo tanto, el objetivo de la presente investigación es identificar los niveles de emprendedurismo potencial entre los estudiantes de diversas licenciaturas del C.U. UAEM Zumpango, haciendo un comparativo con los resultados obtenidos a nivel nacional por el GEM. Así bien se responderá las siguientes preguntas:

- a) ¿Es mayor el indicador de emprendedores potenciales entre estudiantes universitarios que a nivel nacional?
- b) ¿Cuáles son las diferencias entre emprendedores potenciales por carrera, sexo y antecedentes familiares de los estudiantes del CU UAEM Zumpango?

Es importante subrayar que los resultados de esta investigación forman parte preliminar de la investigación general que busca obtener índices a nivel Sistema UAEM, para posteriormente proponer estrategias institucionales que incentiven la actividad emprendedora, traduciéndose en beneficios económicos en la región.

Desarrollo

Metodología

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo, toda vez que se mencionarán las diferencias entre los resultados obtenidos por el proyecto GEM y los resultados alcanzados entre los estudiantes universitarios, así mismo se identifican las diferencias entre los estudiantes por variable de sexo, carrera y antecedentes familiares.

Para obtener la información necesaria se diseñó un cuestionario cerrado con 12 reactivos, tomando en consideración los valores medidos por el GEM- en México participaron 2000 adultos en el proyecto GEM 2012 entre 18 y 64 años en una encuesta a población abierta-.

El instrumento para propósito de este proyecto es aplicado a un grupo de estudiantes de las licenciaturas de contaduría, psicología y administración del Centro Universitario UAEM Zumpango; con proximidad para egresar no mayor de año y medio, y cuya edad se encuentra entre 20 y 26 años. La aplicación se llevó a cabo en el mes de junio de 2014 en un total de 103 estudiantes.

Tal y como se ha mencionado se tomó de referencia el estudio elaborado por el GEM 2012, que a su vez propone un modelo considerando diversas fases del emprendedor y del cual se desprende la fase del EP; fase focal para este proyecto.

Tres son los apartados de análisis en este documento; el primero, la comparación entre los indicadores obtenidos por el GEM y los estudiantes universitarios; segundo, las diferencias entre los estudiantes respecto licenciatura y sexo; y finalmente, la comparación entre estudiantes con intenciones de iniciar una nueva empresa y los antecedentes familiares en la vida empresarial. Este último punto permitirá establecer las primeras hipótesis para analizar la probabilidad de EP entre los estudiantes universitarios con antecedentes familiares empresariales, en futuras investigaciones.

Resultados

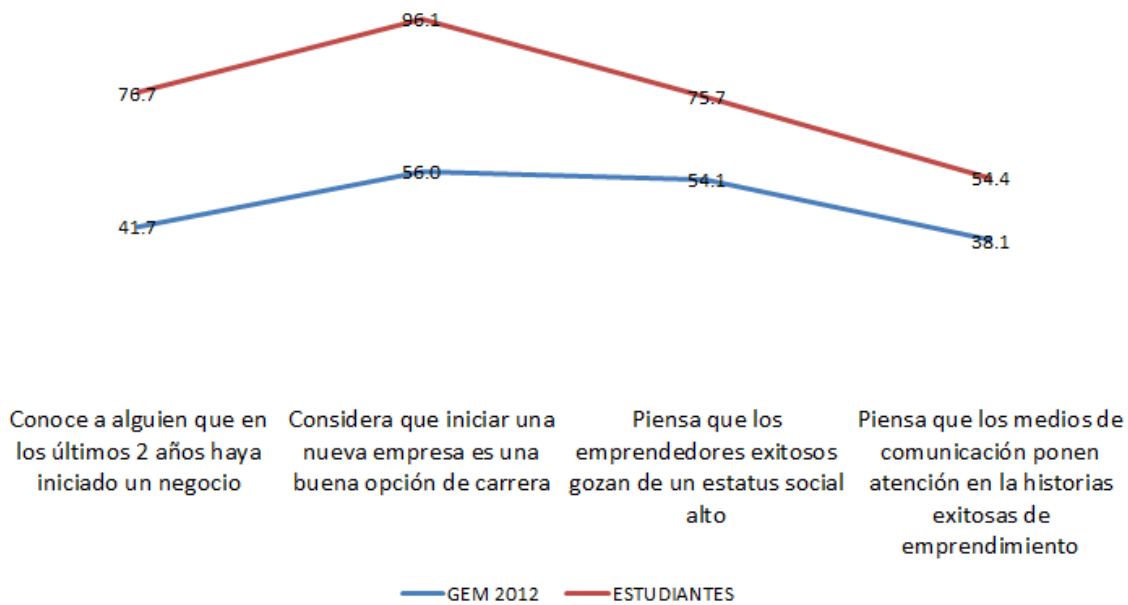
Tal y como previamente se mencionó, el proyecto GEM analiza las impresiones respecto al emprendimiento –impresiones sociales- y las actitudes y percepciones individuales; de tal forma que los resultados expuestos a continuación se presentaran en función de estos dos bloques.

La impresión respecto al emprendimiento evalúa cuatro factores: a) tener conocimiento respecto la apertura de empresas por otros emprendedores; b) considerar la apertura de una empresa como una buena opción de carrera; c) reconocer que los emprendedores exitosos

gozan de un estatus social alto; y d) pensar que los medios de comunicación ponen atención en las historias exitosas de emprendimiento.

Así bien, los cuatro factores se comportan de manera similar; tanto en los resultados arrojados en el GEM, como entre los estudiantes. En otras palabras, la pregunta que obtuvo más alto y bajo porcentaje fueron las mismas; tal y como se aprecia en la figura 2.

Figura 2. Impresión respecto al emprendimiento.



Fuente: elaboración propia y resultados del GEM 2012

Sin embargo a pesar del mismo comportamiento, la tabla 1 muestra porcentajes superiores en los estudiantes universitarios que el indicador GEM 2012; es decir, una mayor cantidad de estudiantes observan oportunidades de negocio; y así mismo, en mayor porcentaje consideran la carrera de emprendedor como buena opción; además, que el emprendedor goza de buen estatus.

Tabla 1. Impresiones respecto al emprendimiento (porcentaje)

	GEM 2012	GENERAL	ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS		
			CONTADURÍA	PSICOLOGÍA	ADMINISTRACIÓN
Conoce a alguien que en los últimos 2 años haya iniciado un negocio	41.7	76.7	74.3	79.4	76.5
Considera que iniciar una nueva empresa es una buena opción de carrera	56.0	96.1	94.3	94.1	100.0
Piensa que los emprendedores exitosos gozan de un estatus social alto	54.1	75.7	80.0	91.2	55.9
Piensa que los medios de comunicación ponen atención en la historias exitosas de emprendimiento	38.1	54.4	62.9	52.9	47.1

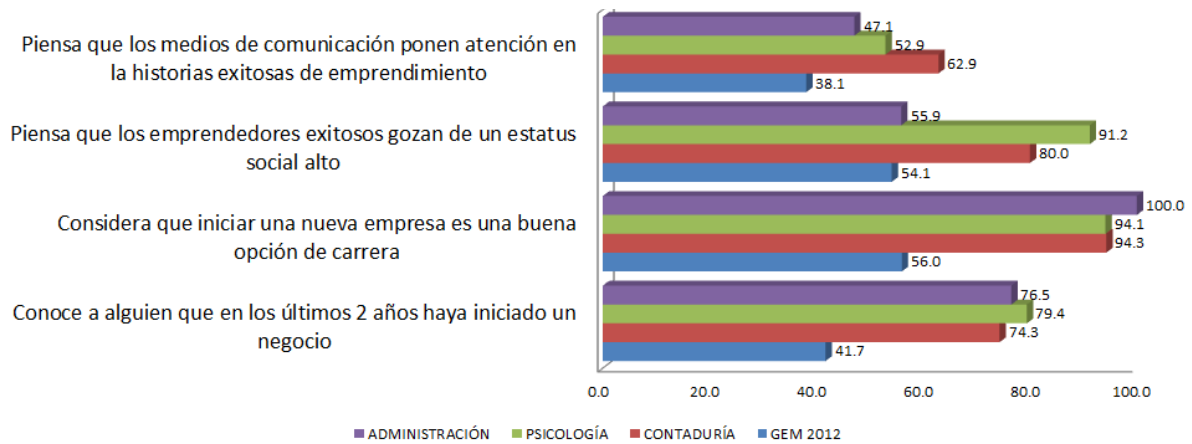
Fuente: elaboración propia y resultados del GEM 2012

A detalle, en México el 56% de la población adulta –entrevistada por el GEM 2012- considera que ser emprendedor e iniciar un negocio propio es una opción de carrera deseable, este indicador es relativamente bajo considerando que con ello México ocupa la posición 44 de 69 países. Sin embargo el 96.1% de los estudiantes universitarios lo consideran una buena opción.

Por otro lado, el indicador de reconocimiento y estatus del emprendedor es del 54.1%, colocando a México sobre sólo cuatro países; pues en países de desarrollo el 70% de la población considera al emprendedor como una figura de respeto y estatus social. Los estudiantes universitarios se encuentran por encima de ambos parámetros, al obtener un porcentaje de 75.7%, aunque los estudiantes de la licenciatura en administración comparte una opinión muy cercana a la nacional –tal y como se observa en la figura 3-. Naranjo, et. al (2012) mencionan que en México se tiene la negativa hacia la figura del emprendedor al verlo como la persona incapaz de obtener algún empleo y obligarse a auto emplearse.

Por otro lado la licenciatura de psicología considera en 91.2% que los emprendedores exitosos gozan de un estatus social alto, visible en la figura 3.

Figura 3. Impresiones respecto al emprendimiento por licenciatura.



Fuente: elaboración propia y resultados del GEM 2012

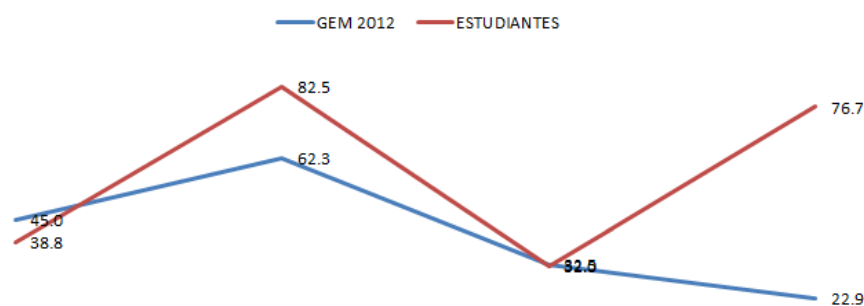
Finalmente por parte del GEM, el 38% considera que los medios de comunicación difunden historias de emprendimiento exitosos, mientras que entre los estudiantes se considera en 54.4%. Estos son los porcentajes más bajos de la percepción del papel del emprendedor.

El segundo bloque, las actitudes y percepciones individuales; estas evalúan también cuatro factores: a) percibir buenas oportunidades de negocio en los próximos 6 meses en la región en que se vive; b) considerar que tiene las habilidades necesarias para iniciar un negocio; c) considerar que el fracaso le supone un obstáculo para emprender; y d) tener planes para iniciar negocio en los próximos tres años.

Los estudiantes muestran resultados por encima de los resultados obtenido por el GEM 2012, con excepción de la percepción de oportunidades en el corto plazo, tal y como se muestra en la figura 4.

Un aspecto importante a destacar es que el porcentaje de personas que aceptaron el temor al fracaso es prácticamente el mismo en ambos estudios; y sin embargo, existe una diferencia muy notable con la intención de iniciar una empresa en los próximos años, donde los estudiantes mostraron una mayor disposición.

Figura 4. Actitudes y percepciones individuales.



Percibe buenas oportunidades de iniciar un negocio en los próximos 6 meses en la región en que vive	Considera que tiene las habilidades necesarias para iniciar un negocio	El fracaso le supone un obstáculo para emprender	Tiene planes de iniciar un negocio en los próximos tres años
---	--	--	--

Fuente: elaboración propia y resultados del GEM 2012

Así bien, los resultados del GEM muestran que el 45% de la población piensa que habrá oportunidades en un corto plazo –porcentaje por debajo del promedio de los países Latinoamericanos- y en este caso un menor número de estudiantes visualiza la dicha oportunidad. El 62.3% de los entrevistados, a nivel nacional, consideran tener las habilidades y capacidades para iniciar un negocio, pero solo el 22.9% tiene planes para iniciar un negocio en los próximos tres años. Mientras que 82.5% de los estudiante consideran tener la capacidad; y además, 76.7% tienen planeado emprender.

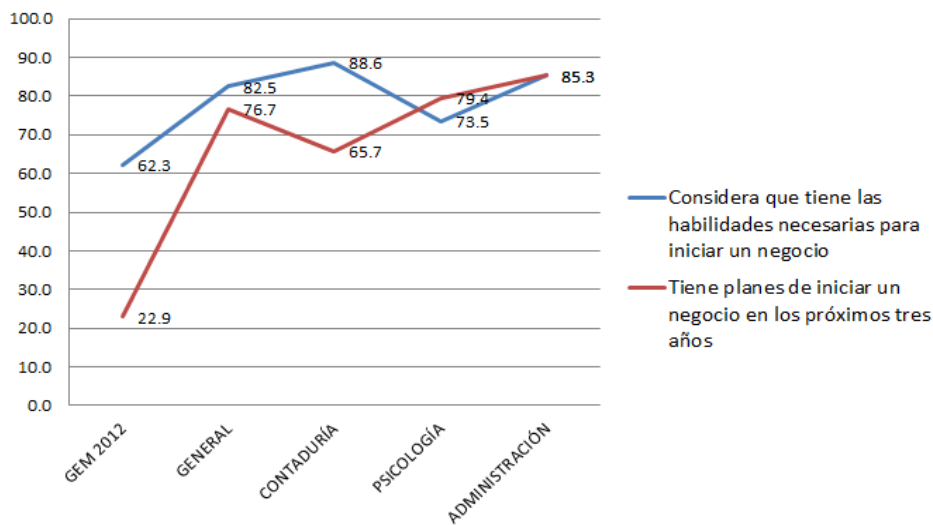
Tabla 2. Actitudes y percepciones individuales (porcentaje).

	ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS				
	GEM 2012	GENERAL	CONTADURÍA	PSICOLOGÍA	ADMINISTRACIÓN
Percibe buenas oportunidades de iniciar un negocio en los próximos 6 meses en la región en que vive	45.0	38.8	31.4	35.3	50.0
Considera que tiene las habilidades necesarias para iniciar un negocio	62.3	82.5	88.6	73.5	85.3
El fracaso le supone un obstáculo para emprender	32.5	32.0	22.9	41.2	32.4
Tiene planes de iniciar un negocio en los próximos tres años	22.9	76.7	65.7	79.4	85.3

Fuente: elaboración propia y resultados del GEM 2012

De manera específica por licenciatura, existe un mayor número de estudiantes en las licenciaturas de administración y contaduría que consideran tener las habilidades para emprender; de la misma forma los estudiantes de la licenciatura en administración muestran un mayor porcentaje en el propósito de iniciar una nueva empresa, tal y como se observa la figura 5. De la misma forma se identifica que a pesar que los estudiantes de la licenciatura en contaduría consideran tener las habilidades, el porcentaje de intención es el menor de las tres licenciaturas.

Figura 5. Habilidades e intenciones por emprender, por licenciatura.

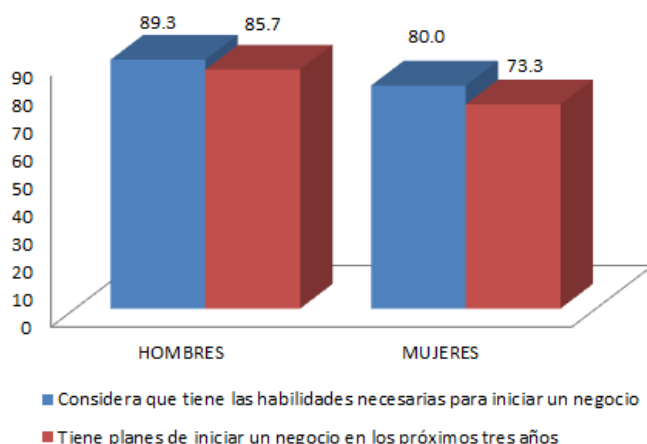


Fuente: elaboración propia y resultados del GEM 2012

Así mismo, la diferencia entre hombre y mujeres universitarias, muestra que el 89.3% de los hombres consideran tener la habilidades para emprender, mientras que sólo 80.0% de las mujeres también lo considera; de la misma forma los hombres muestran un mayor

porcentaje de disposición para iniciar una empresa que las mujeres, tal y como se muestra en la figura 6.

Figura 6. Intenciones y habilidades por emprender por sexo.



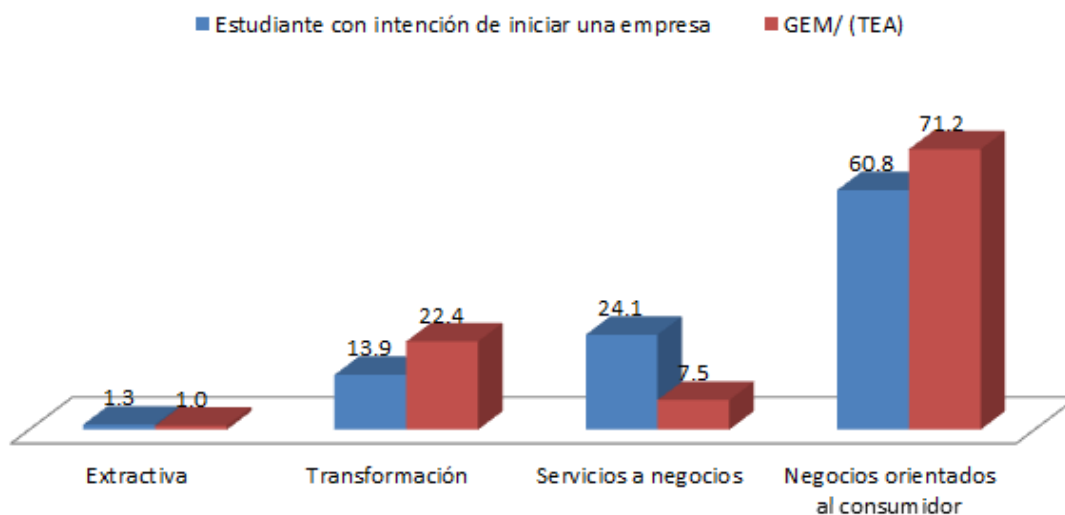
Fuente: elaboración propia y resultados del GEM 2012

Un cuarto elemento es el miedo al fracaso, este factor indica que independientemente de los esfuerzos del sistema educativo y de capacitación de universidades y programas del gobierno, la aberración al riesgo limita a los EP para iniciar una empresa. Los números indican que sólo el 32% de los encuestados a nivel nacional aceptaron temor al fracaso; porcentaje muy parecido al presentado por los estudiantes.

Una incógnita relevante por responder es ¿cuál de los posibles sectores a incursionar, son de interés para los EP universitarios? Para ello, se seleccionó a los estudiantes con intenciones de emprender, y así identificar entre cuatro sectores, el de su preferencia. El sector de extracción que incluye actividades en agricultura, pesca, silvicultura y minería. El sector de transformación que retoma actividades en construcción, manufactura, transporte, comunicaciones, servicios públicos (electricidad, agua, gas natural, recolección de basura) y comercio al mayoreo. El sector de servicios a negocios como servicios financieros, de seguros, bienes raíces, legales, contables y otros relacionados. Finalmente, el sector de

negocios orientados al consumidor que considera comercio al menudeo, servicios de hospedaje, restaurantes, servicios personales, de salud, educación, servicios sociales y recreativos.

Figura 7. Sectores elegidos por EP.



Fuente: elaboración propia y resultados del GEM 2012

Los resultados mostrados en la figura 7 indican que un mayor número de los estudiantes tienden hacia los negocios orientados al consumidor, en 60.8%; seguido de los servicios a negocios por 24.1%; 13.9% para la transformación, y únicamente el 1.3% a la extracción. La diferencia con los resultados del GEM, es que este muestra un orden diferente de preferencia; en primer lugar los negocios con orientación al consumidor, seguido de la transformación, después los servicios a negocios, y finalmente la extracción.

Por otro lado, el proyecto GEM analiza el porcentaje de emprendedores motivados por oportunidad o por necesidad; entre los parámetros que determinan la oportunidad es la búsqueda de incremento de ingreso y/o independencia; mientras que la necesidad está determinada por el mantenimiento del ingreso. Así bien los estudiantes son motivados para

emprender en 84.8% por oportunidad, porcentaje por encima del reportado a nivel nacional por el GEM, mostrado en la tabla 3.

Tabla 3. Motivación para emprender.

	GEM	Estudiantes con intención
Oportunidad	52.5	84.8
Necesidad	18.3	5.1
Combinación	29.2	10.1

Fuente: elaboración propia y resultados del GEM 2012

Finalmente, se analiza el porcentaje de estudiantes que con y sin antecedentes familiares están dispuestos a iniciar una empresa en los próximos tres años. Tal y como se aprecia en la tabla 4, el 70.9% de los estudiantes con intención de emprender tienen antecedentes familiares, mientras que existe otro grupo que no tiene intención de emprender pero que también cuenta con estos antecedentes en un 54.2%

Tabla 4. Estudiantes con y sin antecedentes familiares empresariales.

	Con antecedentes familiares	Sin antecedentes familiares
Intención poner en marcha nueva empresa	70.9	29.1
Sin intención de poner en marcha nueva empresa	54.2	43.5

Fuente: elaboración propia y resultados del GEM 2012

Porcentualmente entre todos aquellos que tiene la intención de emprender el 81.2% cuenta con antecedentes familiares para emprender, mientras que el 18.8% no cuentan.

Conclusiones y discusiones

El proyecto GEM hace una división clara entre la percepción social y la individual. Respecto a la primera, la percepción social sobre el emprendedor se mostró similar en tendencia entre ambos estudios, aunque los porcentajes obtenidos por los estudiantes fueron superiores, probablemente porque los estudiantes se ajustaban más al perfil general del emprendedor propuesto por el mismo GEM, hecho que se analizará y discutirá en futuras investigaciones.

En específico, el porcentaje más bajo en la percepción social fue la dedicación de los medios hacia las historias de éxito de emprendedores. A nivel institución podría pensarse en la difusión, el contacto directo y continuo de los estudiantes con emprendedores exitosos.

Referente a la percepción individual, los resultados del GEM y de los estudiantes fueron muy similares respecto a la aceptación del temor al fracaso; sin embargo, existe una diferencia muy notable con la intención de iniciar una empresa en los próximos dos años, donde los estudiantes mostraron alta disposición. Así mismo más estudiantes manifestaron tener la capacidad para llevar cabo una nueva empresa.

Las principales diferencias entre las licenciaturas, radica en que más estudiantes de las licenciaturas económico administrativos consideran tener capacidades para iniciar una empresa que el de área de salud –psicología-, una de las respuestas hipotéticas es la estructura curricular de sus planes de estudio; para ello podría analizarse la pertinencia de incluir unidades de aprendizaje referente al tema emprendedor, para áreas como la de psicología.

Uno de los puntos pendientes por identificar en el diagnóstico global del sistema UAEM, es si la licenciatura en contaduría –licenciatura del área relativa a negocios- mantendría de

los niveles más bajos en intención, en caso positivos se deberán realizar un estudio más preciso de la licenciatura para encontrar las causantes.

Respecto a la comparación entre hombres y mujeres, los hombres consideran -ligeramente por arriba de las mujeres- tener las habilidades y la intención; sin embargo esta comparación se reevaluará en el global, toda vez que fue una cantidad representativamente mayor la aplicación del instrumento a mujeres que a hombres.

La mayoría de los estudiantes con intenciones a emprender eligen el sector orientado al consumidor, misma tendencia que el GEM; sin embargo, en el segundo lugar el GEM coloca la transformación, mientras que entre los estudiantes son los servicios orientados a negocios, la posibles explicación tiene que ver con la preparación académica.

Como último punto se analizó el porcentaje de estudiantes con intenciones de emprender, de los cuales el mayor porcentaje tiene antecedente de familiares empresarios; sin embargo en posteriores investigaciones se realizarán algunas pruebas de hipótesis para determinar si existe diferencia significativa.

Los resultados hasta aquí obtenidos, son una prueba que el diseño de la investigación, así como el instrumento permiten alcanzar los objetivos deseados por el proyecto general; por lo que se procederá a llevar a cabo –en fechas futuras- la recolección a nivel sistema UAEM, utilizando de manera complementaria otro tipo de herramientas de análisis que permita identificar áreas de oportunidad en pro de la toma de decisiones y acciones que mejoren la actividad emprendedora entre los estudiantes universitarios.

Fuentes de referencia

- Amorós J. E. Leguina A. y Gutiérrez I. (2010). Análisis de la Actividad Emprendedora en Sectores de Comercio en América Latina: Una aproximación desde el Global Entrepreneurship Monitor. Chile: FUNDES

- Angelille P. J. y Prats J. (2005). Fomento de la actividad emprendedora en América Latina y Caribe. Sugerencias para la formulación de proyectos. Washington D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Borjas De Xena L. La educación empresarial en instituciones de educación superior venezolanas. Recuperado el 12 de junio de 2014 en: www.elsevier.es/estudios_gerenciales
- Contín I., Larraza M. y Mas I. (2007). Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra. *Revista de Empresa*. No. 20 Abril- junio 2007
- Díaz Casero J. Hernández Mogollón R. y Barata Raposo M. (2012). Estudiantes Universitarios y Creación de Empresas. Un análisis comparativo entre España y Portugal. Conocimiento, innovación y emprendedores: Cambio al futuro. Recuperado el 11 de junio de 2014 en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2234363>
- Fernández F. y Vidal R. (2006). ¿Quiénes son los emprendedores? *DEBATES IESA* Vol. 20 No. 3
- GajónGomez E., Reyna García G. M., Armenteros Acosta M. del C. y Mijares Villareal M. (2014). Innovando la educación en México: factores internos que impactan el emprendimiento Universitario. *Global Conference on Business and Finance Proceeding* Vol. 9 No. 1
- Gallegos R., Grandet C. y Ramírez P. (2014). *Los emprendedores de TIC en México: recomendaciones de política pública para su nacimiento, crecimiento y consolidación. México: Instituto Mexicano para la Competitividad.*

- López Puga J. y García García J. (2011). Optimismo, pesimismo y realismo disposicional en emprendedores potenciales de base tecnológica. *Psicothema* Vol. 23 No. 4
- Loras J. &Viscaino J. (2013). Is technical training an obstacle to entrepreneurship? *Management Decision* Vol. 51 No. 5
- Naranjo E., Campos M., Flores M. A. y López N. (2012) *Monitos Global de la actividad emprendedora México 2012*. Recuperado el 1 de junio de 2014 en: www.gemconsortium.org/docs/download/3076
- Regional Entrepreneurship Monitor, REM Comunidad Autónoma del País Vasco Informe Ejecutivo 2004. Recuperado el 5 de junio de 2014 en: www.euskomedia.org/PDFAnlt/mono/00019150.pdf
- Sánchez Cañizares S. M. & Fuentes García F. J. (2010). Gender differences in entrepreneurial attitudes. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal* Vol. 29 No. 8

Análisis preliminar de los procesos de cooperación científica en 4 Unidades de Investigación de la UAEH.

| Victor Helios Feria Patiño,
Nancy Ruiz Vega

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Escuela Superior de Tizayuca.^{1,2}

Resumen

El gran desarrollo económico obtenido por diversos países del mundo en las últimas décadas se encuentra íntimamente ligado a los procesos innovadores y de transferencia de conocimiento. De esta manera, se destaca que la generación de nuevo conocimiento, el progreso tecnológico y la innovación se han vuelto factores determinantes en el crecimiento de una economía. Las universidades, como entidades vinculadas a las actividades de I+D, representan un elemento vital dentro de los denominados Sistemas de Innovación (SI) o entornos multidisciplinares para la generación, absorción y transferencia de conocimiento. En estos sistemas las universidades cumplen diferentes misiones, entre ellas la investigación, la cual se considera una de las misiones fundamentales de la universidad. Consecuentemente, a medida que el cumplimiento de esta misión se encuentra a cargo del trabajo asociado a las estructuras académicas de investigación, y dada la tendencia multidisciplinaria de las actividades científicas, es de vital importancia para una gestión científica efectiva el análisis de aquellos factores que influyen en el nivel de rendimiento de estas estructuras con el fin de generar estrategias y políticas que potencien el alcance de los resultados de la investigación académica, en función de la misión institucional y las necesidades de su entorno de influencia. De esta manera, esta ponencia presenta un análisis

preliminar de los procesos de colaboración científica en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo basada el estudio de 2 Cuerpos Académicos y 2 Centros de Investigación.

Palabras clave: Redes, innovación, investigación.

1. Introducción

El gran desarrollo económico obtenido por diversos países del mundo en las últimas décadas se encuentra íntimamente ligado a los procesos innovadores y de transferencia de conocimiento. De esta manera, se destaca que la generación de nuevo conocimiento, el progreso tecnológico y la innovación se han vuelto factores determinantes en el crecimiento de una economía. En las economías más desarrolladas, la creciente importancia del conocimiento ha significado que el stock neto de capital intangible (educación e I+D) creciera más rápidamente que el capital tangible (transportes, infraestructuras y maquinaria), algo que desafortunadamente no ha sucedido aún en las economías en desarrollo (Mortensen, Eustace & Lannoo, 1997). Desde el punto de vista de la cooperación y la transferencia de conocimiento científico (TC) es justamente esta naturaleza sistémica e interactiva de la innovación la que lleva a la percepción del papel fundamental de los vínculos entre los diferentes actores dentro de los Sistemas de Innovación, en especial de las Universidades y los Centros de Investigación.

Más aún, las ventajas de la cooperación son importantes debido a los enormes beneficios que se pueden obtener en general de su emprendimiento, la cooperación permite a las organizaciones acceder a capital humano, acceder a resultados de investigación, obtener beneficios financieros y organizacionales y/o institucionales (Geisler & Rubinstein, 1989; Little, 2000; Blume & Fromm, 2000; Bozeman, 2000; Schmoch, Licht & Reinhard, 2000;

Schartinger, Schibany & Gassler, 2001; OECD, 2002; Santoro & Chakrabarti, 2002; Schmoch, 2003).

Si bien la interrelación entre las universidades y su entorno socioeconómico presenta una problemática común que permite un análisis general para obtener las diferentes soluciones, se advierte que, cada universidad forma parte de un SI singular, lo que conduce a encontrar soluciones diferentes para cada caso. Esto se destaca al observar que, desafortunadamente en el Sistema Científico, Tecnológico y de Innovación en México se identifica una escasa vinculación entre la generación del conocimiento, su transformación y su aplicación. En general, la línea seguida a través del tiempo por la mayoría de los centros de investigación tanto universitarios como públicos en México ha sido proveer recursos humanos a las organizaciones. Si bien existe cierta evidencia del problema al respecto (tal como la orientación general de los centros de investigación hacia la ciencia básica y la consecuencia de no llegar a cubrir una necesidad específica del país), las razones subyacentes a estos y otros hechos siguen quedando sin explicación. Aun así, la investigación aplicada y más aún la investigación colaborativa sigue siendo complicada. Por citar un ejemplo, de un ejercicio realizado por FUNTEC (La Jornada, 2005), al distribuir un listado de investigaciones de la UNAM en 145 cámaras y asociaciones empresariales, sólo dos empresas mostraron interés en aprovechar dichas investigaciones. Tal resultado demostró el evidente extravío de los centros de investigación para desarrollar actividades de I+D orientadas a las necesidades de las industrias. El caso del CCADET, UNAM (Centro de Ciencias Aplicadas y Desarrollo Tecnológico) demuestra la complejidad para emprender proyectos colaborativos, al contar con más de 100 personas dedicadas a la investigación científica, dedicados a diversas líneas de investigación y evaluados por departamentos independientes (Instrumentación, Micro y Nanotecnologías, Tecnologías de la Información, y Educación en Ciencia y Tecnología)

(Feria, 2009). Apuntando a resolver dichos dilemas, esta ponencia está estructurada de la siguiente manera: La segunda sección describe el marco teórico relacionado a los procesos de cooperación científica, mientras que la tercer sección presenta el enfoque metodológico y el diseño de la investigación, en la cuarta sección se describen los hallazgos obtenidos. Finalmente en la quinta sección se presentan las conclusiones.

2. La cooperación científica en las unidades de investigación

Las universidades, como entidades vinculadas a las actividades de I+D, representan un elemento vital dentro de los denominados Sistemas de Innovación (SI) o entornos multidisciplinares para la generación, absorción y transferencia de conocimiento. En estos sistemas las universidades cumplen diferentes misiones, entre ellas la investigación, la cual se considera una de las misiones fundamentales de la universidad. Fernández de Lucio en (Fernández de Lucio & Castro, 2001) distingue cinco tipos de universidades las cuales van desde la Académica (fundamentalmente dedicada a la impartición de docencia), pasando por la Clásica, Social, Empresarial, y finalmente, la Emprendedora, la cual utiliza el conocimiento como un potencial al servicio de su entorno socioeconómico a través de sus diferentes vínculos para el alcance de los objetivos perseguidos.

No obstante, el cambio de paradigma hacia este último tipo de universidad (más implicada con la sociedad en general, y en particular con la empresa), no generará los beneficios pretendidos si éstas no modifican el enfoque de su papel social adaptándose a un escenario más real y complejo. Únicamente a través de una aceptación interna de las nuevas misiones requeridas será posible implementar con éxito las reformas estructurales necesarias venciendo barreras internas (Fig. 1).

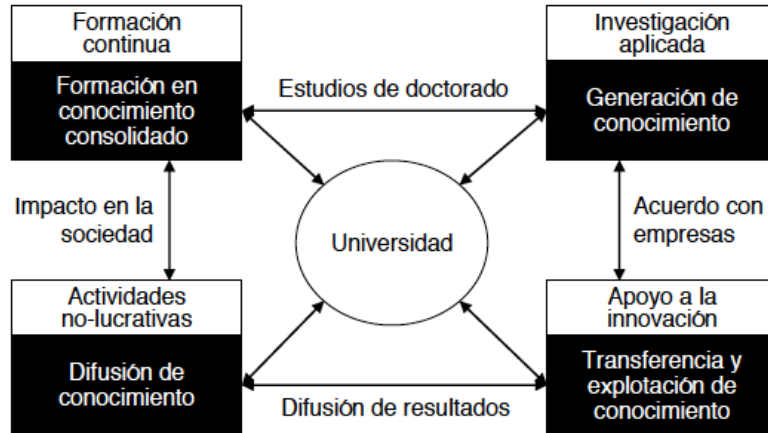


Figura 1: Misiones de la universidad y el espacio de cooperación con la empresa.

Fuente: Hidalgo & León, 2006

Para Hidalgo y León (2006) Una universidad moderna debe combinar las cuatro misiones básicas siguientes, integradas en una visión estratégica a largo plazo compartida entre ellas y no aislada:

- Cualificar alumnos en temas asociados a conocimiento ya consolidado (tanto en las etapas de grado y postgrado universitario).
- Generar nuevo conocimiento como un producto esencial de su actividad investigadora.
- Transferir y compartir conocimiento e ideas con las empresas u otras organizaciones públicas y privadas externas (actividad conocida como el tercer papel de la universidad).
- Diseminar el conocimiento científico y tecnológico a la sociedad en su conjunto.

En línea con lo citado anteriormente, si bien la cooperación científica conlleva una serie de ventajas potenciales, dichos vínculos no se encuentran libres de ciertos obstáculos (Cuadro 1). Por citar dos ejemplos, la ciencia básica tiene una perspectiva genérica a largo plazo sobre lo que es importante, y los científicos están más motivados por el logro de la

producción científica en forma de publicaciones y patentes; por su parte, la investigación aplicada tiene una visión más a corto plazo, concentrada en la solución de un determinado problema, y los investigadores están motivados por la satisfacción de resolver un problema (e inclusive ser recompensados por el éxito comercial y financiero). Los científicos y los investigadores forman comunidades investigadoras distintas, con culturas y valores claramente diferentes.

1. Escasez de Información

- Dificultad para obtener información acerca de las actividades de I+D en las instituciones científicas.
- Dificultad para contactar con las personas indicadas.
- Escasez de recursos para la "interfases" (ejem. oficinas de transferencias).

2. Deficiencias de las empresas

- Escasez de personal calificado.
- Escasez de equipo técnico.
- Escasez de interés en proyectos científicos.
- Las cuestiones de las empresas de I+D no son de interés para las instituciones científicas.

3. Deficiencias de las Instituciones científicas

- Escasez de personal científico para las actividades de transferencia.
- Escasez de espíritu emprendedor.
- Orientación de la I+D de las instituciones científicas no es de interés para las empresas.
- Resultados de la I+D posiblemente no comercializables.

4. Costes, riesgos e Incertidumbre

- No se garantiza la confidencialidad con respecto al "know-how" de las empresas.
- Necesidad de trabajo de seguimiento adicional con el fin de implementar los resultados públicos de la I+D.
- Escasez de recursos financieros de las instituciones científicas para la cooperación sobre bases iguales con las empresas.
- Eficiencia insuficiente del personal de las universidades comparado al personal de las empresas.
- Dependencia tecnológica de instituciones externas.
- Incertidumbre acerca de los resultados de la cooperación.

5. Obstáculos organizacionales y/o Institucionales

- Procedimientos administrativos y de aprobación costosos.
- Escasez de apoyo administrativo de proyectos conjuntos de I+D por parte de la universidad.
- Problemas de derechos de propiedad.
- Problemas con la gestión de proyectos en las universidades (ejem. Problemas de comunicación).
- Problemas de percepción con respecto al orden de prioridades.
- Falta de confianza de ambas partes.
- Miedo a la pérdida de reputación por parte de las empresas.

Cuadro 1: Obstáculos a la cooperación.

Fuente: Bozeman, 2000; OECD, 2002^a; Santoro & Chakrabarti, 2002

Aunque el dilema de trabajar de manera individual o colaborar en equipos de trabajo, se determina y resuelve en gran medida por el tipo de investigación que se realiza, el problema

se presenta en el hecho de que a medida que los campos científicos son de mayor novedad tecnológica y demandan altos recursos de ejecución, es mayor la necesidad de trabajar en de manera interdisciplinar e intersectorial para su solución conjunta. La cooperación o colaboración científica es fundamental para el progreso de la ciencia, ya que permite abordar de forma más eficiente problemas complejos, completar insuficiencias y posibilita que se alcance la masa crítica necesaria para el avance del conocimiento.

Una manera de promover el conocimiento científico, es a través de nuevas combinaciones del acervo actual de conocimientos. De hecho, un intercambio es un requisito esencial para combinar los conocimientos que se encuentran incorporados en diferentes individuos. Por lo tanto, las nuevas combinaciones pueden ser creadas a través del intercambio y la combinación de diferentes tipos de conocimientos o por la combinación de los mismos elementos del conocimiento en una nueva forma (Grant, 1996). Justamente, las redes son unode los mecanismos más efectivos para la difusión de la innovación y el conocimiento, que por medio de la colaboración y la relación interactiva se convierte no sólo en un medio para crear recursos, sino un factor esencial que permite el progreso técnico. Este concepto se utiliza de una manera cada vez más intensa y variada y es susceptible de muchos usos y definiciones. Puede concebirse como una estructura compuesta por varios elementos (individuos o grupos) que tienen relaciones entre sí con mayor o menor grado de interdependencia, o como una modalidad de coordinación diferente de la instaurada, ya se por el mercado o por la jerarquía prevaleciente dentro de una organización. La red adopta una forma de conducción que generalmente es colectiva y no puede asimilarse a las decisiones individuales e intencionales de uno solo de sus miembros. Su utilidad aumenta a medida que se incorporan nuevos miembros o —abonados" y se dinamiza la relación entre ellos (Béjean & Gadreau, 1997).

En este sentido, durante la última década se le ha dado un mayor énfasis a las redes informales (redes sociales) que aportan la conexión entre los elementos del SI, que facilitan la transferencia de conocimientos, en especial de los conocimientos tácitos, poco codificados. Este tipo de redes son un sustituto tanto de las redes formales como de la integración organizativa, y reflejan el hecho de que tanto científicos como tecnólogos son miembros de una comunidad común con una educación común respecto a los métodos de aproximarse a la resolución de problemas (Lundvall, 1988). Aunque la literatura técnica enfatiza las ventajas de las redes flexibles e informales sobre las redes jerárquicas y formales en su capacidad innovadora, existe una debilidad en una red informal: Una mayor propensión al desarrollo de prácticas oportunistas por parte de los agentes involucrados en la red, que debilita el mecanismo de apropiabilidad y vulnera la estabilidad de los vínculos. Sin embargo, la presencia de lazos de confianza entre los miembros contrarresta esta propensión (Jaso, 2003). Con todo esto, hay que tomar en cuenta los costos y el tiempo requeridos para el establecimiento de las redes, y el costo de oportunidad de establecer acuerdos formales de colaboración, con los cuales las redes informales pueden entrar en conflicto.

Para Sebastián (2000), las redes de cooperación se pueden definir como asociaciones de interesados que tienen como objetivo la consecución de resultados acordados conjuntamente a través de la participación y la colaboración mutua. La vinculación de las redes de cooperación se sustenta en una estructura horizontal de coparticipación, colaboración y corresponsabilidad de cada uno de los asociados con relación a un plan de acción. El autor menciona cuatro criterios que se pueden utilizar para la creación de una red de colaboración:

1. ¿Quién se asocia? Los nodos de las redes pueden estar constituidos por individuos: profesores, investigadores, tecnólogos, gestores, etc. Pueden estar constituidos por grupos de investigación, instituciones, centros de I+D, empresas y cualquier otro tipo de organizaciones.
2. ¿Para qué se asocian? (Objetivo de la asociación). Se pueden considerar, entre otras, las redes de información y comunicación, las redes académicas, las redes temáticas, las redes de investigación, las redes de innovación y las redes de servicios tecnológicos.
3. ¿Cuál es el ámbito de la asociación? (ámbito geográfico). Se pueden diferenciar entre redes locales, regionales, nacionales, e internacionales.
4. ¿Cuál es la naturaleza de la asociación?. Las redes pueden ser formales e informales. Redes formales cuando existe un marco a través de acuerdos, convenios o contratos de diferente tipo, bien como consecuencia de inscribirse las redes en programas de oferta de cooperación de Agencias y Organismos Internacionales o bien en Convenios intergubernamentales o interinstitucionales. Redes informales cuando se realiza un acuerdo voluntario de los participantes sin que exista un marco formal explícito. La mayoría de las redes de información y comunicación son de naturaleza informal.

Resulta de particular interés profundizar en el análisis y la comprensión de las tensiones que este entorno (las redes) genera para los investigadores y para las estructuras de investigación, sean éstas grupos, centros, laboratorios, departamentos o institutos, pues las tecnologías de la información amplían cada vez más las posibilidades y facilidades de la comunicación entre investigadores, y los mecanismos de política científica y tecnológica promueven la cooperación y la interacción entre las entidades que forman parte de los sistemas de innovación. En general, las tensiones surgen cuando estas estructuras se cuestionan:

1. Trabajar en forma individual o en equipo,
2. Trabajar sólo en cooperación con grupos en el interior de la universidad o trabajar colaborativamente con entidades externas de investigación,
3. Trabajar sólo con investigadores académicos o colaborar con investigadores no académicos (ej., centros tecnológicos o empresas industriales).

En la actualidad no son pocos los estudios que demuestran que un alto grado de interacción y comunicación es una característica esencial de las buenas unidades de investigación. La interacción social de las unidades que investigan contribuye a construir confianza entre las partes colaboradoras y a incrementar el intercambio no sólo de conocimientos sino de recursos y capacidades para investigación. Por ser éste un proceso de doble vía para las universidades, con flujo de conocimientos y recursos, se plantea como un mecanismo claro por medio del cual la universidad cumple con los roles que le son demandados socialmente (Gulbrandsen, 2000).

En definitiva, lo que ha cambiado en esta década es el papel de la universidad, pues ya no se enseña ni se investiga de manera aislada. Dicho papel debe ser reenfocado para tomar un papel más activo en el campo cada vez más complejo del desarrollo económico, cubriendo un amplio portafolio de productos y servicios. Mientras se mueve hacia una conveniente —universidad empresarial", las empresas se mueven hacia una conveniente —empresa de aprendizaje" (Lalkaka, 2002).

3. Motivación y objetivos de la investigación

Esencialmente, se han identificado dos situaciones que motivan esta investigación:

1. La investigación colaborativa es hoy en día una de las actividades más significativas en el ámbito científico global.
2. Se refiere al reconocimiento del valor crítico que tiene sobre la política de ciencia y tecnología, pero sobretodo el valor del impacto científico, económico y social, de las labores de investigación y desarrollo (I+D) en las actividades económicas de los países más desarrollados.

De esta manera, el objetivo general de esta investigación es analizar los efectos y potencialidades que tiene la investigación colaborativa sobre el desempeño de las unidades de investigación y sus resultados, a través de la aplicación de entrevistas a los coordinadoras de las unidades seleccionadas, con el fin de definirá futuro un Sistema de Colaboración Científica dentro de la UAEH.

A un nivel más específico y basándonos en el objetivo anteriormente mencionado podríamos describir los siguientes objetivos:

1. Identificar tanto las actividades de I+D+i realizadas por la unidades analizadas, como las diferentes formas de colaboración científica propias de la universidad, y reconocer en base al estudio empírico realizado, la importancia de ambas, su dinámica, y problemática implicada para la investigación colaborativa en los centros de investigación de la UAEH.
2. Conocer los mecanismos de cooperación científica que utilizan tanto para transferir conocimiento generado en sus unidades, como absorber el conocimiento de otras unidades de investigación.

3. Identificar las condiciones necesarias para llevar a cabo las actividades de investigación colaborativa entre los centros de investigación de la UAEH y la consecuente transferencia de conocimiento científico.

4. Metodología de la investigación

El análisis fue llevado a cabo a través del enfoque denominado estudio de casos. Se aplica bajo el mencionado enfoque, por ser un método que ayuda a comprender con profundidad las dinámicas presentes dentro de escenarios individuales y a descubrir nuevas y complejas relaciones y conceptos (Eisenhardt, 1989; Yin, 1994; Rodríguez et al., 1999; Worley y Doolen, 2006). Los estudios de casos como ejemplos de la experiencia real de las organizaciones son capaces de mostrar sus propias historias sobre el desarrollo del cambio en la práctica y de cómo el contenido, el contexto y las políticas de cambio interaccionan (Dawson, 1997). Yin (1994) define el término como una pregunta empírica que —investiga un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto en la vida real, cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes, en el cual se utilizan múltiples fuentes de evidencial.

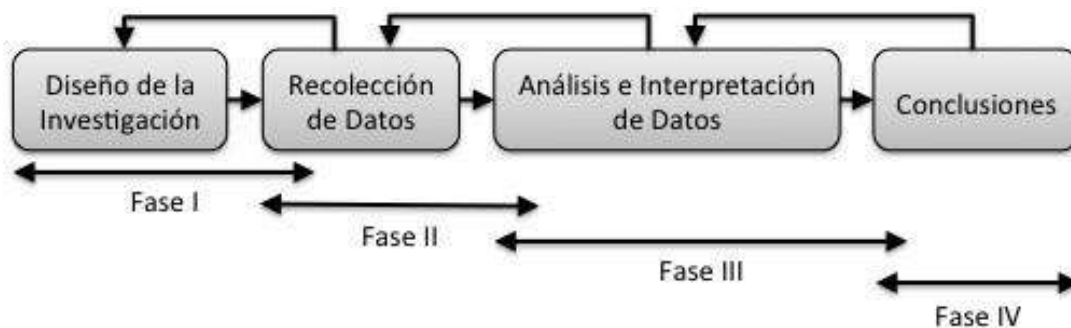


Figura 2. Desarrollo de la Investigación.

Fuente: Elaboración propia.

Una de las preocupaciones con respecto a los estudios de casos es que sus conclusiones no son generalizables estadísticamente. No obstante, los estudios de casos no representan a una muestra de una población o de un universo concreto, por lo que no pueden ser generalizables estadísticamente sino a proposiciones teóricas, el objetivo del investigador es ampliar y generalizar teorías -generalización analítica- (Yin, 1994; Bonache, 1999) y no enumerar frecuencias -generalización estadística-. Más allá del antiguo debate de la investigación cuantitativa en contra de la cualitativa, la literatura actual en cuanto a las estrategias o metodologías de investigación no considera ninguno de los métodos superior al otro (Cuadro 2). Por el contrario, ambos enfoques son considerados como complementarios para la mayoría de los aspectos bajo estudio. Ninguno de los métodos de análisis es intrínsecamente mejor que el otro, sino que solo uno es más apropiado cuando se analiza un problema de investigación concreta (Silverman, 2005). En palabras de Homans (1950) —La metodología es un asunto de estrategia, no de moral. No hay métodos buenos ni a los sino circunstancias particulares en el alcance de los objetivos dirigidos hacia objetivos claros". La metodología en las ciencias sociales no es un catecismo sino un proceso individual y colectivo basado en experiencias con ciertas opciones metodológicas en la práctica de la investigación (Hertog & Schroder, 1995).

Así, para Eisenhardt (1989) y Yin (1994) aunque los términos investigación cualitativa y estudio de casos con frecuencia se utilizan de manera intercambiable, el estudio de casos puede involucrar solo datos cualitativos, solo datos cuantitativos, o ambos. Comúnmente se combinan métodos de recolección de datos como documentos, entrevistas y observaciones, para realizar una triangulación de los datos, utilizando así varias fuentes de información sobre un mismo objeto de estudio con el fin de contrastar la información recolectada y obtener conclusiones más convincentes y exactas (Yin, 1994; Maxwell, 1996; Cea, 2002).

	Investigación Cualitativa	Investigación Cuantitativa
Propósito	Comprensión y explicación del comportamiento humano desde el punto de vista del sujeto a través de la recolección de datos narrativos.	Explicación y predicción (o control) del fenómeno mediante la colección de datos numéricos.
Diseño y Método	Flexible. Se asume una realidad dinámica. Orientada a los procesos. Por ejemplo, etnografía, estudio de casos	Rígido, inflexible, proceso desarrollado en detalle. Se asume una realidad equilibrada. Orientada hacia los resultados.
Recolección de Datos	Documentos, observación participativa, entrevistas informales y n-estructuradas.	No existe la observación participativa, pruebas, cuestionarios, entrevistas formales y muy estructuradas.
Interpretación de Datos	Subjetiva, conclusiones tentativas, revisión continua de los resultados.	Objetiva, generalización.
Tendencia	Incremento en el uso de ambas estrategias en la misma investigación.	

Cuadro 2: Investigación cualitativa vs. Investigación cuantitativa

Fuente: Elaboración propia

De esta manera, diferentes fuentes proporcionan información valiosa y una amplia perspectiva para comprender la situación bajo estudio y proporcionar categorías conceptuales. La posibilidad de utilizar diferentes fuentes de información es la mayor fortaleza de la estrategia del estudio de casos (Yin, 1994).

Así, para que los resultados del estudio de caso sean fiables, durante la recolección de los datos se debe tener en cuenta una serie de aspectos básicos:

- El carácter de los datos recopilados debe ser —longitudinal", es decir, que abarquen un período de tiempo lo bastante amplio y evitar así que se tomen como referencia situaciones momentáneas.
- Deben verificarse los datos mediante su triangulación, método sistemáticamente adoptado en evaluación.

- El evaluador debe asegurarse de que se saca el máximo partido a la información recopilada, especialmente en caso de divergencias entre las personas implicadas.
- Por definición, el estudio de caso se mantiene abierto a posibles nuevos hallazgos fruto de estudios en curso. Durante la realización del estudio de caso, el evaluador debe saber identificar los puntos clave y profundizar en ellos, aunque esto suponga desviarse del plan inicial.

La fase de terreno permite la observación directa de lo que sucede en la realidad. En este sentido, es importante que el evaluador tome nota de ello con la máxima precisión.

Para este estudio de casos las técnicas de investigación utilizadas han sido la entrevista semi-estructurada, la observación directa y los documentos de las unidades analizadas relacionadas con el fenómeno de estudio.

De esta manera, con el fin de alcanzar los objetivos planteados en la investigación preliminar se delimitó al contexto de cuatro entidades de investigación (2 Cuerpos académicos y 2 Grupos de Investigación) localizados dentro de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Si bien los objetivos preliminares de la presente investigación apuntan a identificar aquellos factores subyacentes a la facilitación de los procesos de colaboración científica, el objetivo final del análisis será el de proporcionar una imagen tan comprensible como sea posible de los factores que explican el proceso de investigación colaborativa entre las entidades de investigación de la UAEH.

5. Hallazgos.

Basado en el análisis preliminar llevado a cabo ha sido posible caracterizar tres aspectos analizados: 2.- Planeación y gestión de las unidades de investigación, 2.- Investigación y 3.- Colaboración Científica. La importancia de analizar los tres aspectos mencionados

anteriormente radica en la relación existente entre los mismos. Dicha relación influye y contribuye en gran medida al buen o mal desempeño de cada unidad de investigación (Figura 2).

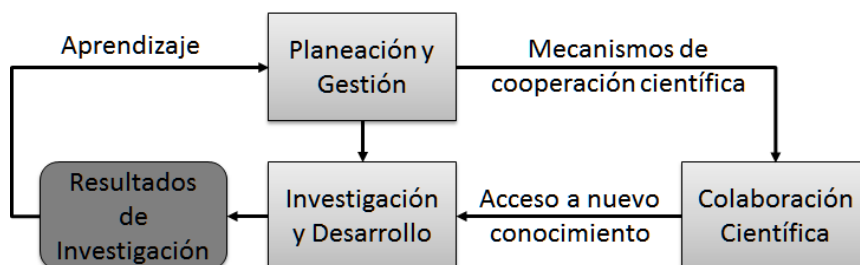


Figura 2. Modelo básico de gestión de la I+D.

Fuente: Elaboración propia

Planeación y Gestión de las Unidades de Investigación.

Si bien de las 4 unidades de investigación (Cuerpos Académicos y Grupos) solo uno (C.A. de Estudios Comparados en Educación) cuenta con un plan estratégico y un plan específica para el área de I+D, el resto basa el desarrollo de sus actividades académicas y de investigación tanto en el Programa de Desarrollo Institucional (PDI) como las políticas y los procedimientos operativos establecidos por la UAEH. De hecho, el C.A. de Estudios Comparados en Educación realiza reuniones cada dos meses a fin de revisar los avances de su plan estratégico y realizar las correcciones necesarias al mismo. Asimismo, se destaca de sobremanera que aunque la gestión administrativa de dichas unidades es llevada a cabo por los mismos integrantes de dichas unidades (pues no se cuenta con personal dedicado a tales tareas administrativas), al día de hoy las actividades de investigación siguen estando como primera prioridad siendo validadas al revisar la producción científica obtenida de las 4 unidades estudiadas (Publicaciones, ponencias, capítulos en libros, etc.). De estas 4

unidades los 2 grupos de investigación apuntan a obtener el reconocimiento como C.A. entre los años 2015-2016.

La planeación estratégica de dichas unidades de investigación podría y debería ser un proceso fundamental para el alcance tanto de los objetivos planteados en el PDI como los objetivos de colaboración científica. La ventaja de contar con un plan estratégico se observa al hacer un uso más óptimo de los recursos de los cuales se dispone (laboratorios, aulas, materiales, bibliografía, etc.), este permite orientar los esfuerzos al logro de los objetivos (docencia, investigación, innovación, formación, etc.) y realizar los ajustes necesarios durante su desarrollo, en lugar de perseguir dichos objetivos únicamente. La ventaja es que los resultados obtenidos en forma de productos (prototipos, publicaciones científicas, patentes, libros, etc.) servirán de retroalimentación e incentivo para el crecimiento de dichas unidades de investigación y no solamente como una meta a alcanzar.

Desde el punto de vista de la cooperación científica, la forma en cómo se relacionan dichas unidades de investigación y el alcance de tales actividades científicas, se ven limitadas por la forma en que se realiza el proceso de planeación estratégica. Así, se deben tener claros los resultados esperados derivados de dichas estrategias; pues, mientras las actividades de la investigación básica por lo general se encuentran orientadas hacia un objetivo puntual (la creación de un tipo de conocimiento específico), las actividades de la investigación aplicada apuntan a una amplia gama de objetivos estratégicos (el uso del conocimiento generado en la investigación básica apuntando a la obtención de un conocimiento más práctico, por lo general orientado en la mayoría de los casos en provecho de la sociedad). El objetivo fundamental de dicha planeación estratégica es la adquisición de conocimiento (a través de la generación o la importación) para su posterior aplicación. Esto caracteriza a la

creación y a la transferencia del conocimiento como dos elementos críticos para dicha adquisición, los cuales suelen ser utilizados de manera conjunta (Feria, 2009).

Investigación y Desarrollo

De las unidades de investigación analizadas 2 Cuerpos Académicos se dedican a realizar tareas de Investigación Básica e Investigación aplicada, mientras que los 3 G.I restantes se dedica a realizar actividades referentes a la Investigación aplicada. En general, todas las unidades analizadas cuentan con una o dos líneas de investigación. Esto se debe principalmente al número de personas dedicadas a realizar dichas tareas de investigación.

C.A./ G.I.	Líneas de investigación	Integrantes	Grado	SNI	I+D+i
C.A. Ecología	Ecología aplicada a la conservación biológica,	8	PhD	7 SIN	Investigación Básica
	Ecología de poblaciones y comunidades terrestres				
C.A. Estudios Comparados en Educación	Estudios sociales y culturales en educación	6	PhD	2 SIN	Investigación Básica
	Política educativa, sujetos sociales, gestión y desarrollo institucional				Investigación Aplicada
G.I. Gestión y Desarrollo Empresarial	Sistemas de Administración y Gestión empresarial	3	PhD, Mtr	1 SIN	Investigación Aplicada
G.I. Mercadotecnia	Estrategias de mercadotecnia para el posicionamiento de las organizaciones (RIU)	4	Mtr		Investigación Aplicada
					Innovación de Producto
					Innovación de Proceso
					Innovación de Mercado

Cuadro 2. Actividades de I+D en las unidades analizadas.

Fuente: Elaboración propia

En este sentido, se destaca que el desarrollo y el grado de intensidad con la que se realizan las actividades de investigación tiene importantes consecuencias no solamente en los rendimientos alcanzado (papers, prototipos, patentes, etc.) sino también en la creación nuevas capacidades científicas que les permitirán afrontar nuevos retos (Cuadro 3). Más aún, dichas capacidades pueden ser adquiridos de otra manera tales como la externa, dependiendo en gran medida de las mismas capacidades creadas.

Resultados			
C.A. Ecología	C.A. Estudios Comparados en Educación	G.I. Mercadotecnia Estratégica	G.I. Gestión y Desarrollo Empresarial
publicaciones científica, libros, capítulos de libros, congresos	publicaciones, libros, congresos	libros, congresos, publicaciones, memorias y artículos	capítulos de libros, publicaciones indexadas, 2 congresos nacionales, 1 congreso internacional

Cuadro 3. Resultados de las Unidades de investigación analizadas

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, el problema de la investigación surge al intentar compatibilizar todas las actividades propias de la universidad (docencia, investigación, formación, gestión, etc.). El primer problema sea al tratar de equilibrar las cargas de trabajo docentes y los horarios asignados por la misma universidad, esto, limita en gran medida el tiempo dedicado a las actividades de I+D. La burocracia administrativas suele ser también un importante obstáculo a las actividades de investigación, más aún, para aquellas unidades que deben realizar trabajos externos la gestión de permisos para la investigación de campo puede llevarse una inversión considerable de tiempo. Si bien la disponibilidad de recursos puede llegar a ser una limitante, la mayoría de las unidades estudiadas han logrado superar dicha limitación al 1. Recurrir a recursos diversos tales como el Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) u otras instancias como CONACYT, 2. Invertir recursos propios esperando recuperar las mismas a través de los resultados obtenidos por dichas investigaciones, y 2. Colaborar con otras instituciones que cuenten con recursos disponibles. En general, el principal reto a vencer es lograr producir resultados y al mismo tiempo que se cumplen con las actividades institucionales a pesar de los obstáculos, abrir espacios a través de la comunicación.

Colaboración científica interna y externa

En los cambiantes entornos organizativos actuales, la lógica de la creación de valor ya no se encuentra solamente dentro de los límites de una sola organización, sino que esta se produce en estrecha relación entre las partes (Gottschalk y Solli-Sather, 2007). En las unidades analizadas, se destaca que aunque no se cuenta con una unidad específica dedicada a las tareas de colaboración científica la mayoría ha tenido vínculos colaborativos mayormente externamente y en menor grado interna, y por lo general, con Institutos o grupos afines.

El C.A. en Ecología ha tenido colaboración con el área de Química del Instituto de Ciencias Básicas e Ingeniería de forma interna, y externamente ha colaborado con Centros de Investigación Universitarios y Centros de Investigación Públicos como el Instituto de Ecología INECOL, de igual forma ha colaborado con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT). El G.I. en Marketing Estratégico internamente ha colaborado con el Instituto de Ciencias Básicas e Ingeniería (ICBI) en el campo de alimentos, así como el patronato de la UAEH; externamente ha colaborado con Centros de Investigación públicos, otras universidades como la de Universidad de Guadalajara, la Asociación Nacional de Facultades de Administración y Contaduría, y empresas como Autobuses México-Tizayuca) en menor intensidad ha colaborado asociaciones o cámara industriales y de comercio. El G.I. en Gestión y Desarrollo Empresarial internamente ha colaborado con el Instituto de Ciencias de la Salud (ICSA) y externamente con diversas universidad tales como la Universidad Tecnológica de Tula Tepeji y la Universidad de Tlaxcala, y redes de conocimiento como la Red CUMEX y la Red MiPyME CUMEX, así como instituciones públicas del gobierno del Estado de Hidalgo. El C.A. en Estudios Comparados en Educación de forma externa ha colaborado estrechamente con C.I. de otras universidades,

C.I. públicos, el Banco Mundial y la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), de forma interna y en menor grado ha colaborado con el Área de Sociales, Comunicación y Ciencias Políticas del mismo Instituto al que pertenece (Instituto de Ciencia sociales y Humanidades) y el Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP).

Las razones por las cuales las unidades analizadas deciden recurrir a dichos esquemas de colaboración suelen ser diversos y pueden darse en cualquier etapa de los proyectos en cuestión. No se tiene una establecida una etapa específica, puede ser al inicio, intermedio (a través del análisis de datos), o cerca de su término. Las unidades analizadas no cuentan con un procedimiento establecido para llevar a cabo la colaboración, las investigaciones pueden ser espontáneas, en las cuales al momento se escribe el proyecto, se busca recurso financiero y se genera la investigación. Consecuentemente, su colaboración suele ser informal ya que no se establecen acuerdos, convenios o contratos para llevar a cabo la actividad colaborativa. Para el caso particular del C.A. Estudios Comparados en Educación la secuencia generalmente seguida para realizar dicha colaboración se establece por principio de cuentas por: 1. la definición de objetivos, 2. el establecimiento del plan de acción y finalmente, 3. el acuerdo sobre derechos de los productos. Dicho proceso colaborativo lo establece de forma colectiva con su cuerpo académico.

La mayoría de las unidades analizadas utilizan mecanismos de colaboración tales como:

- Proyectos de Investigación,
- Proyectos conjuntos y/o específicos,
- Proyectos internos de capacitación,
- Prácticas profesionales,
- Servicio social,

- Consultoría académica.

Impacto y Barreras a la Colaboración Científica

Finalmente, si bien sus principales motivaciones para realizar las tareas de colaboración científica es el desarrollar actividades y proyectos de I+D que compartan objetivos comunes al mismo tiempo que facilitan el acceso a infraestructura para la investigación de vanguardia así como a personal especializado, la principal ventaja se deriva del impacto positivo derivado de dicho emprendimiento tales como:

1. El beneficio mutuo de compartir información científica posibilita el acceso a nuevo conocimiento fortaleciendo las estructuras internas de investigación,
2. Se mejora la calidad de los resultados al agregar valor a las investigaciones realizadas,
3. Se incrementa la productividad científica por la suma de los esfuerzos realizados.
4. Se crea capacidad endógena para realizar nueva I+D, y
5. El prestigio y el reconocimiento institucional es una consecuencia de la calidad de la investigación.

Dentro de las barreras encontradas en las unidades analizadas destacan principalmente aquellas que hacen referencia la ausencia de recursos económicos y sobre todo la falta de tiempo para realizar su actividad investigadora, las normas universitarias suelen ser uno de los mayores obstáculos para establecer vínculos de colaboración científica debido a la rigidez burocrática de la misma universidad, limitando los procesos cooperativos y de intercambio de conocimiento. Otras barreras mencionadas son:

1. Desconocimiento de los diversos instrumentos de colaboración,
2. Suponer que la colaboración solo se de en la vía formal,

3. Rigidez en los procesos y plan de trabajo,
4. Distancia territorial entre los colaboradores,
5. Nivel de experiencia del investigador,
6. Desconfianza al intercambio de información.

Aun así, para todas las unidades analizadas su grado de satisfacción en la colaboración ha sido altamente satisfactorio lo cual hace que sigan participando en más investigaciones conjuntas.

Conclusiones

Si bien el progreso tecnológico consiste en la introducción de nuevos conocimientos para la producción de bienes y servicios en la sociedad a través de un proceso innovador en las empresas, el lugar donde se generan dichos conocimientos es la Universidad y los Centros de Investigación. Para el caso de las unidades de investigación analizadas, la generación de dicho conocimiento no solo involucra a las actividades internas de I+D e innovación, sino que se integra de manera sinérgica con el resto de las actividades de tales unidades a lo largo de todo el proceso tales como la planeación, la gestión de la I+D, el desarrollo tecnológico, la cooperación y TC, la gestión de proyectos, etc.

Para el caso particular de la cooperación científica, el análisis preliminar muestra que si bien las unidades analizadas cuentan con experiencia en los procesos de cooperación científica, tales procesos han sido llevados a cabo mayormente con entidades externas y en menor grado con unidades internas, más aún, estos han sido desarrollados de manera informal. Se destaca igualmente y de una manera importante los proyectos de investigación como el primer medio para colaborar científicamente, la razón principal se da en el hecho de que es la forma a través del cual se puede obtener producción científica que

al mismo tiempo permite a los investigadores justificar su labor. Si bien este último punto es de particular relevancia para todos los investigadores, los resultados resaltan que la mayoría de los productos obtenidos derivados de dicha colaboración son mayormente académicos (publicaciones, libros, capítulos, ponencias en congresos, etc.) y en un menor grado productos con orientación hacia las organizaciones o la industrial.

Más allá de los proyectos de investigación, la colaboración científica cuenta con herramientas tales como los proyectos de innovación y desarrollo tecnológico que permitirán a todas las unidades de investigación obtener un mejor rendimiento sobre la investigación colaborativa realizada; dentro de estos resultados se podrían destacar las patentes, la creación de spin-off, acceso a nuevas fuentes de financiamiento, etc. La alineación estratégica de dichas herramientas a los recursos disponibles y los objetivos a lograr facilitará su alcance al utilizar la herramienta adecuada para cada caso. No obstante, el problema principal se da en el hecho de intentar equilibrar de una manera adecuada las actividades propias de la universidad (docencia, formación, gestión, administración, etc.) con las tareas de investigación propias de las unidades analizadas.

Referencias

Béjean S., & Gadreau M., (1997), Concept de réseau et analyse des mutations récentes du système de santé, *Revue d'Economie Industrielle*, No. 81, pp. 77-97.

Blume, L. & Fromm, O. (2000), Wissenstransfer zwischen universitäten und regionale wirtschaft: Eine empirische untersuchung am beispiel der universität gesamthochschule kassel, Technical report, Ifo Sch ldiens.

Bozeman, B. (2000), 'Technology transfer and public policy: A review of research and theory', *Research Policy* 29, 627-655.

Dawson, P. (1997), 'In at the deep end: conducting processual research on organisational change', *Scandinavian Journal of Management* 13, 389-405.

Eisenhardt, K. (1989), 'Building theories from case study research', *Academy of Management Review* 19(4), 532-550.

Feria, V. (2009). Propuesta de un Modelo de Transferencia de Conocimiento Científico-Tecnológico para México. Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Valencia, España.

Fernández de Lucio, I. & Castro, E. (2001), *Innovación y Sistemas de Innovación. Reporte Técnico*. Universidad Politécnica de Valencia, España.

Geisler, E. & Rubinstein, A. (1989), University-industry relations: A review of major issues, in A. Link & G. Tasse, eds, 'Cooperative Research and Development: The Industry-University- Government Relationship', Kluwer Academic Publishers, London.

Gottschalk, P. & Solli-Sather, H. (2007). Knowledge transfer in IT outsourcing relationships: three international case studies. *International Journal of Innovation & Learning*, 4(2), 103-111

Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17, 109-122

Gulbrandsen, M., 2000, *Research Quality and Organisational Factors: An Investigation of the Relationship*. Trondheim: NTNU, Department of Industrial Economics and Technology Management, Dr.ing. thesis 2000:90

Hidalgo, A. & León, G. (2006), 'La importancia del conocimiento científico en el proceso innovador', *Revista Sistema Madri+d* 17.

Lalkaka, R. (2002), National innovation systems: Role of research organizations and enterprises, in 'IV International Symposium On Environmental Biotechnology', Veracruz, Mexico.

Little, A. D. (2000), 'Technology transfer', Questionnaire.

Lundvall, B. (1988), Innovation as an interactive process: From user-producer interaction to the national system of innovation, in G. e. a. Dosi, ed., 'Technical Change and Economic Theory', Frances Pinter, London.

Mortensen, J., Eustace, C. & Lannoo, K. (1997), Intangibles in the european economy, in 'CEPS workshop on intangibles in the European economy', Brussels.

OECD (2002), Benchmarking industry-science relationships, Technical report, Paris.

Rodríguez, G., Gil, J. & García, E. (1999), Metodología de la Investigación Cualitativa, Ediciones Aljibe, Málaga, España.

Santoro, M. & Chakrabarti, A. (2002), 'Firm size and technology centrality in industry-university interactions', Research Policy 31, 1163-1180.

Schartinger, D., Schibany, A. & Gassler, H. (2001), 'Interactive relations between universities and firms: Empirical evidence for austria', Journal of Technology Transfer 26, 255-268.

Schmoch, U. (2003), Hochschulforschung und Industrieforschung, Perspektiven und Interaktion, Campus Forschung Band 858, Campus Verlag, Frankfurt, New York.

Schmoch, U., Licht, G. & Reinhard, M. (2000), Wissens- und Technologietransfer in Deutschland, Fraunhofer IRB Verlag, Stuttgart.

Sebastián, J. (2000). Las redes de cooperación como modelo organizativo y funcional para la I+D. Redes. Universidad Nacional de Quilmes, 97-111.

Worley, J. & Doolen, T. (2006), 'The role of communication and management support in a lean manufacturing implementation', Management Decision 44(2), 228-245.

Yin, R. (1994), Case study research: Design and Methods, 2nd edn, Sage Publishing, Beverly Hills, CA.

La formación profesional basada en competencias un reto aun pendiente en el desarrollo económico.

Dr. C. Fernando J. García Colina
Dr. C. Cuauhtémoc Crisanto Campos Rangel

Universidad Autónoma de Tlaxcala, México
Facultad de Ciencias Económico Administrativas

Desde hace algunos años se comenzó a utilizar dentro de la educación pública mexicana el término de competitividad, y en especial en la educación superior asociado a lograr la formación final de un profesional competente, capaz de enfrentar los retos del desarrollo tecnológico y el amplio espectro laboral en constante cambio y evolución, sin embargo, este empeño no iba más allá de la voluntad y el deseo de los directivos de alcanzar a toda costa un mejor egresado, que respondiera a las nuevas necesidades de los empleadores, lo que resultaba difícil de lograr a partir de las condiciones preestablecidas en las disposiciones y modelos curriculares existentes.

En realidad esta nueva concepción, debe estar asociada a la necesidad de cambios estructurales en el Modelo del Egresado y el diseño curricular y su correspondiente materialización en los planes de estudio, lo que se convierte en una necesidad inherente al objetivo propuesto.

El proyecto se ha corroborado en las carreras de Administración, Contabilidad y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma de Tlaxcala, México y se realiza su implementación otras facultades.

Introducción.

La orientación en la formación profesional de los egresados universitarios hacia las competencias es un requisito imprescindible en las condiciones del desarrollo actual y un imperativo para el desarrollo de programas de las distintas carreras de las instituciones de educación superior en nuestros países.

Históricamente las universidades son las instituciones llamadas a formar recursos humanos altamente calificados, que como buenos ciudadanos, deben luchar para poner a sus países en la senda del desarrollo. Hoy más que nunca la Universidad debe cumplir su misión histórica de mantener, transmitir y desarrollar la cultura universal. —Universidad para el fortalecimiento de la libertad, de la dignidad y de la democracia¹⁸.

Sin embargo, en los últimos años se han venido manifestando la existencia de dos tipos de problemas fundamentales:

El primero es vinculado a la efectividad del proceso docente educativo en la educación superior, y relacionados con los procedimientos de carácter pedagógico y profesional que deben fomentar hábitos correctos de estudio propios de cada nivel escolar, a fin de que los estudiantes aprovechen mejor su auto preparación y cuenten con una base sólida para su educación continua una vez graduados.

18 La transformación universitaria en vísperas del tercer milenio. Memorial del simposio. AUGM/SM/UDUAL.—Caracas: Editorial CRESALC/UNESCO/1996.—Pág. 7-10

El segundo es el referido a las limitaciones en cuanto a la capacidad con que los egresados ejercen sus respectivas profesiones, lo que pone al mercado laboral en una expectativa de contratación restringida y con pocas posibilidades para las amplias cuotas de egresados. También han prevalecido enfoques y formas un tanto convencionales o tradicionales que no han podido resolver los viejos problemas existentes referidos a la formación de los egresados con un alto grado de competencias profesionales.

La actividad laboral ha ido transformándose como consecuencia de la propia evolución del desarrollo de las fuerzas productivas, la globalización como un proceso consustancial de la Era que vivimos y los propios avances de la ciencia y la técnica, en particular a finales del siglo XX y ya principios del XXI.

El esquema que sigue a continuación recoge de manera sucinta los nexos asociados a esta dinámica evolutiva:

Con el desarrollo de la revolución informática de los años 80 se han acelerado otras tendencias vinculadas a la especialización y al proceso de gestar competencias profesionales. Características asociadas a toda esta —modernidad‖ pueden ser consideradas:

1. La presencia de nuevas tecnologías con rangos muy pequeños para la recuperación de las inversiones.
2. Nuevos actores diversos con roles cada vez más diversos.
3. Organización de la producción a escala mundial.
4. Creciente poder de los mercados financieros y los valores bursátiles.

5. Falta de sincronización entre el desarrollo de la economía y las exigencias del empleo basado en competencias.

6. Cambios en la demanda y ciclos más cortos de vida de los productos.

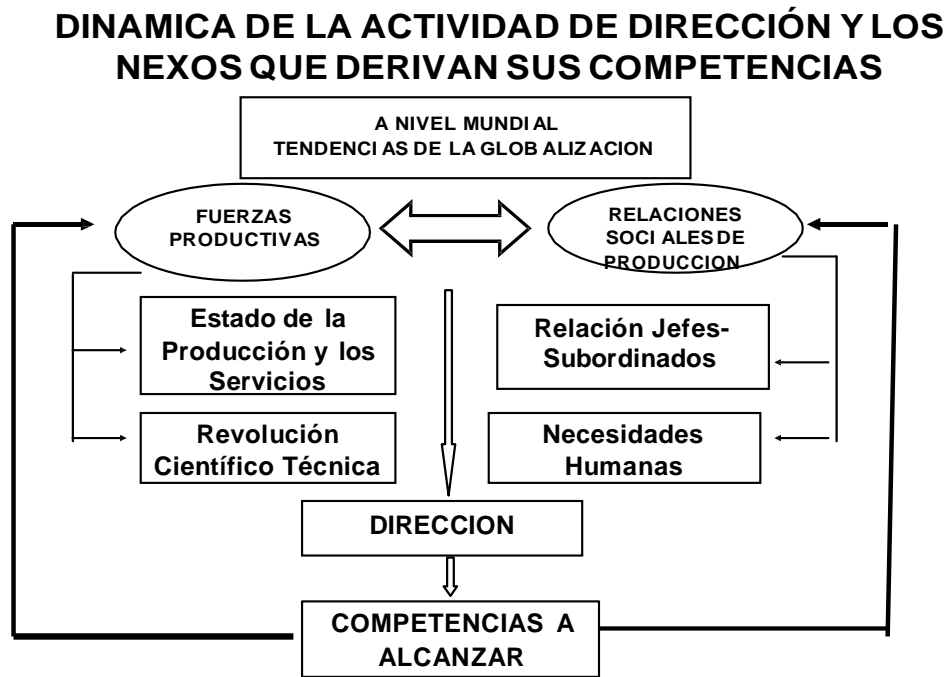


Figura 1. García F. Reelaboración. Tesis doctoral, La capacitación a directivos. 2003

No obstante, es preciso reconocer que a nivel mundial han estado presente grandes desniveles entre los profesionales egresados de las diversas universidades, distinguiendo en particular aquellos egresados de los países desarrollados y los egresados de los países subdesarrollados, considerando aun diferentes matices dentro de cada nación. Esta situación de desigualdad a nivel de competencias profesionales no favorece la comunicación ni los vínculos académicos y científicos en planos de igualdad y de aportes al desarrollo científico técnico. Por otro lado crea situaciones complejas en cuanto a las

alianzas y asociaciones, tanto gubernamentales como inter institucionales al no poder proponer referentes de igualdad en los acuerdos que se pactan en el plano de los recursos humanos.

Pero el fenómeno presenta un marcado efecto en el plano local. Por diversas investigaciones, incluyendo la propia realizada por la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Tlaxcala, ha quedado demostrado el nivel de insatisfacción mostrado por las entidades productivas y de servicio respecto a la formación alcanzada por los profesionales de prácticamente todas las carreras.

Esta insatisfacción se pone de manifiesto en la falta de integración y dominio de los conocimientos, habilidades y valores necesarios para la solución de problemas profesionales que el mercado laboral enfrenta cada vez con mayor inquietud dadas las características de un mundo globalizado donde las ventajas competitivas que las compañías logran poseer alcanzan una vida muy corta, por el elevado nivel de la tecnología y en particular de las comunicaciones. Todo esto, entre otros factores, nos ratifica la necesidad una revisión de nuestros programas formativos, de nuestros métodos y estilos de conducción de los procesos docentes educativos, y de una reconceptualización de las currículas y planes de estudios de las carreras universitarias.

Es evidente que uno de los factores que afecta la formación de los profesionales radica en la inconsistencia del Modelo que sustenta el diseño curricular actual, el que propicia la formación fragmentada de los mismos, lejos de alcanzar un profesional integral, comprometido y competente.

Proyecto Tuning.

El proyecto —Tuning Educational Structures in Europe—(sintonizando las estructuras educativas en Europa) surge por iniciativa de las universidades europeas en particular la de Deusto (Bilbao) y Groningen (Holanda) y se considera como el de mayor trascendencia e impacto para responder al reto de la declaración de Bolonia¹⁹ y del comunicado de Praga. Presenta entre sus metas: facilitar la transparencia de las estructuras educativas, desarrollar e intercambiar información referente al desarrollo de los currículos, implementar redes de intercambio de información.

Se trata de buscar el mayor consenso —sobre la forma de entender los títulos universitarios desde el punto de vista de las actividades que los poseedores de los mismos estarían en capacidad de desempeñar. Es decir, se precisa identificar los resultados del aprendizaje en términos de competencias genéricas y específicas.

El proyecto Tuning ha trascendido a América Latina¹ es el resultado de una intensa labor reflexiva sobre la educación superior a nivel internacional donde se generó un espacio que permitiera precisar y abordar de manera creadora las estructuras más adecuadas para alcanzar acertados niveles de titulaciones en la educación superior y que estas fueran comprendidas, comparadas y reconocidas en el área común europea. Tuning pretende llegar a puntos de acuerdo, entendimiento y convergencia mutua en la forma de abordar la

¹⁹En la Declaración de Bolonia –junio 1999- participan los ministros europeos de educación y se aboga por la creación para el 2010 de un espacio europeo para la enseñanza superior coherente, compatible y competitivo. A las seis líneas de acción de Bolonia se añadieron otras tres en Praga en el 2001 y se refieren a sistemas de créditos y titulaciones, a la promoción de la movilidad y de la calidad, así como aprendizajes permanentes, entre otros.

organización de la educación superior y de esa manera alcanzar coincidencias en el reconocimiento de las titulaciones universitarias.

El proyecto no es una receta, más bien se enfoca como una metodología internacional que persigue recoger las experiencias de los diferentes países que intervienen en su estructuración. La necesidad de *comparabilidad, compatibilidad y competitividad* no es exclusiva de Europa, nuestros países de Latinoamérica la requieren.

El ajuste de las carreras universitarias a las necesidades que requiere la sociedad es un requisito de primer orden, de ahí que el esfuerzo sistematizado porque esta tarea alcance la sensibilidad necesaria en la comunidad universitaria y en particular en los profesores que son un factor determinante en este proyecto. El factor fundamental del proyecto está dado por la búsqueda de puntos comunes de referencias basados en el logro de competencias.

Como parte de encuestas realizadas a empleadores y graduados sobre la evaluación que le dan a las competencias genéricas más importantes, se expresaron las siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad para aprender.
- Habilidad para resolver problemas.
- Capacidad para aplicar el conocimiento.
- Capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.
- Preocupación por la calidad.
- Destreza para manejar la información.

- Capacidad para trabajar autónomamente y en grupo.

—La formación de competencias es una tendencia internacional de la cual no podemos sustraernos, sino por el contrario, debemos elaborar propuestas, que en nuestro caso creemos que se deben diseñar a partir de la misión de la universidad

Por otra parte se pretende identificar cuáles son los métodos y las formas organizativas que se consideren más eficaces para el logro del aprendizaje y las competencias identificadas, así como las formas de evaluación. Esto requiere diseñar las combinaciones mas novedosas que logren alcanzar las competencias identificadas.

De esta manera enunciamos **el problema** que debemos dar solución:

¿Cómo resolver una adecuada formación en la educación superior que teniendo como referente (los nexos, coordinaciones y factores necesarios que intervienen en la misma) alcance los niveles de competencias profesionales exigidos por las organizaciones empleadoras?.

Desarrollo.

Objetivo general.

Desarrollar un procedimiento que permita de forma coherente la reorientación sistemática del diseño curricular de carrera a la formación basada en competencias profesionales.

Objetivos específicos:

- Desarrollar un estudio teórico-práctico de cuáles son los aspectos relevantes del proceso formativo del profesional que requiere la sociedad.
- Definir el estado de necesidad de las organizaciones empleadoras con respecto a las competencias requeridas en los egresados universitarios.
- Identificar la brecha existente entre la efectividad de los programas actuales con respecto a las exigencias de los empleadores.
- Rediseñar los programas de las asignaturas requeridas en el programa de carrera acorde a las exigencias del mercado laboral.

Métodos:

En el proyecto se aplican una gran variedad de métodos como **encuestas:** Para detectar valoraciones individuales y grupales a las organizaciones empleadoras como a los propios egresados universitarios; determinar brechas a partir de escalas determinadas. **Métodos de procesamiento estadístico de la información:** Para hacer una valoración de los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas y otros instrumentos. **Experimento:** Para determinar comportamiento ante situaciones creadas en laboratorio y en la realidad. **Criterio de expertos:** Se utiliza en la valoración de los cambios que se proponen en la etapa de diseño. **Evaluación antes y después.** Modelación. Instrumentos de búsqueda y reducción de información

Se aplicó el método histórico-lógico: En el estudio de las formas tradicionales de enfrentar la formación universitaria y los procesos asociados.

Consultas con especialistas: Es un método generalizado en todo el proyecto, donde han participado deferentes cuerpos académicos de las distintas carreras donde se ha trabajado el procedimiento. Se han invitado a especialistas de otras universidades en el debate de los aspectos asociados a cada uno de los aspectos que abarca el procedimiento.

Los factores que intervienen en el Proyecto son los siguientes:

1. Los cambios concebidos como parte de un proyecto estratégico de la Educación Superior.
2. Diagnóstico preciso de las necesidades asociadas a las organizaciones empleadoras para cada tipo de carrera.
3. Análisis de los cambios a realizar en los programas de carreras. Desde el Modelo Deseado del Profesional hasta el diseño de asignaturas requeridas.
4. Identificación de las Competencias a alcanzar en sus tres dimensiones (básicas, genéricas, específicas)
5. Potenciar el trabajo práctico e investigativo.
6. Capacitación de los profesores y directivos.

Aportes novedosos del Proyecto.

1. Estar en correspondencia con el principio de Acceso, Pertinencia y Egreso asociado a la formación Universitaria.
2. Comprometida con las necesidades actuales del desarrollo cultural, económico y social del país.
3. Coherente con las tendencias más demandadas en el plano internacional.

4. Instigador de la ciencia, la tecnología y el humanismo, tanto en su concepción como en su desempeño por gestar el conocimiento en lo cotidiano.
5. El carácter esencialmente integrador de los factores claves que conforman el proceso formativo en la educación superior.

¿Que son las competencias profesionales?

Indudablemente que el concepto de competencia está asociado a la —capacidad‡ que las personas poseen para resolver las diversas situaciones que se le presentan en la vida. Del análisis de múltiples definiciones de autores autorizados, este colectivo concuerda en que: —Es la capacidad de movilizar actitudes, conocimientos y técnicas reflexivas sobre la acción. Es la capacidad de construir esquemas referenciales de acción o modelos para la solución práctica de los problemas técnicos y profesionales.

¿Porque enfocarse a las competencias profesionales?

Entre las consideraciones que mueven adoptar el enfoque formativo basado en competencias se encuentra la brecha existente entre los programas de educación y la realidad de las empresas y organizaciones con alto grado de falta de competitividad y logro de eficiencia. En este sentido es menester identificar las competencias requeridas por parte de las empresas y organizaciones y las competencias que los estudiantes deben construir en su formación, dando solución a una contradicción que entorpece el desarrollo social y económico actual.

En las competencias sobresalen cuatro características que le dan cualidad propia a las personas que la poseen:

Conocer. El competente posee conocimientos, goza de una formación integral asociada a la profesión que ejerce, se mantiene entrenando sistemáticamente en las tareas que conforma sus competencias.

Poder. En el sentido de tener capacidad, aptitud, habilidades que lo hacen diestro en su actuar, en su profesión. El poder está en el propio ser, en la propia individualidad del egresado, en sus convicciones. Este es un aspecto que posee un vínculo directo con los valores que se adquieren en la formación por competencia.

Querer. En el sentido de estar motivado con las tareas que realiza en su profesión. Percibe coincidencia entre sus intereses y los intereses de la organización donde trabaja. Sus expectativas en la organización donde trabaja son reales y le satisfacen.

Personalidad. No por ser la última es menos importante. Esta característica encierra los rasgos asociados a las actitudes que mueven su comportamiento.

Representa su carácter, su temperamento, su forma de ser en el seno de la organización.

Pero estas cuatro características deben estar íntimamente interrelacionadas en el proceso de formación del profesional. No es una suma de las mismas; forman en si una unidad sinérgica que dan lugar a una nueva cualidad en el plano del profesional egresado de nuestras universidades.

Categorías que conforman las competencias:

1. Actitudes:

Es la expresión de los valores en el comportamiento del individuo. La actitud adquiere connotación en una era de marcado sentido humanista, donde el trabajador recaba un alto protagonismo en el contexto laboral y desea ser consultado, lo que es una faceta que la dirección organizacional no puede ignorar.

2. Habilidades:

Es el potencial que el ser humano tiene para adquirir y manejar nuevos conocimientos. Capacidades para pensar y saber, actuar y hacer.

- La formación de habilidades trae consigo el dominio de acciones diversas y ocurre como resultado de la sistematización de dichas acciones subordinadas a objetivos conscientes. *Son “las destrezas que se requieren para poder aplicar los conocimientos en situaciones concretas y se orientan hacia la capacitación y hacia el poder hacer” A. Delgado,(2000)*

3. Conocimientos:

Es un conjunto de datos sobre hechos, verdades o de información ganada a través de la experiencia o del aprendizaje. El desarrollo cognitivo en el profesional es el resultado de tres momentos que actúan en forma de unidad dialéctica (la contemplación viva; el pensamiento abstracto, y la realidad enriquecida por el actuar).

Tipología asociada a las competencias:

Las competencias las podemos clasificar como básicas, genéricas y específicas, pero es necesario tener en cuenta el tipo de profesión en la que estemos haciendo el análisis y las

competencias requeridas para la misma en un contexto y en un momento determinado. Así, una competencia básica para una profesión puede ser una genérica o específica para otra, y viceversa. Por ejemplo: Un segundo idioma en la carrera de Contabilidad puede ser básica, pero en la carrera de Comercio Exterior o Relaciones Internacionales puede ser genérica o inclusive específica.

PROCEDIMIENTO PARA LA REORIENTACIÓN POR COMPETENCIAS PROFESIONALES DE LOS PLANES Y PROGRAMAS DE ESTUDIO DE LAS DIVERSAS CARRERAS.

1. Diagnóstico para el Análisis y evaluación de las necesidades del mercado laboral (público y privado) de las competencias deseadas en los egresados de nivel superior, mediante encuestas y entrevistas. (Problemas Profesionales y Objeto de la Profesión)

Con el propósito de ir de lo concreto a lo abstracto en este paso de la metodología se parte de la determinación de los problemas profesionales tomados directamente del mercado de trabajo, a partir de encuestas realizadas se elabora un listado de los problemas más comunes y frecuentes y finalmente determinar el problema profesional como máxima abstracción.

El sistema de problemas profesionales que deben ser capaces de enfrentar y resolver los recién egresados, deben tener un carácter básico, o sea, manifestarse en la base de la profesión, siendo por tanto los problemas más comunes, frecuentes y de menor complejidad, para los que deben estar calificados en el momento en que comienzan su vida profesional cuando no cuentan con la experiencia y los recursos para enfrentar

problemas de gran complejidad, los que podrán resolver mediante el entrenamiento diario y el auto aprendizaje.

2. *Identificación del Perfil Deseado del Egresado de la carrera.*
3. *Revisión y legitimidad de las asignaturas ubicadas en cada año en cada carrera. Identificar su naturaleza en el contexto del tipo de competencias a alcanzar. Su precedencia y consecuencia en el programa analítico.*
4. *Descripción de las competencias a alcanzar en la carrera.*
5. *Descripción de los valores asociados a la carrera*
6. *Descripción de las competencias a alcanzar en cada año.*
7. *Análisis de los objetivos y contenido de cada asignatura y las competencias en las que trabajarán.*
8. *Precisar el sistema de métodos para el desarrollo de actitudes y habilidades en cada asignatura.*
9. *Identificar las asignaturas integradoras del ejercicio de la profesión.*
10. *Evaluación del estado de asimilación de las competencias. (antes y después)*
11. *Proceso de capacitación a los profesores.*

El procedimiento contiene un modelaje donde aparece el sistema categorial requerido para que los profesores describan sus asignaturas por contenidos temáticos y las competencias asociadas.

El proyecto tiene un valor práctico que radica en:

- La Estrategia para la activación del procedimiento y su desarrollo a partir de sus distintas etapas o fase.

- Contribuye a desarrollar un cambio en el pensamiento de los docentes, en particular en la forma de desarrollar el proceso formativo.
- Potencializa las asignaturas de tipo integradoras al desarrollar la coherencia entre las que tributan a determinadas competencias.
- Las competencias se alcanzan a nivel de asignatura, año y carrera.
- La dirección de la carrera tiene un referente de competencias a alcanzar que facilita su control y evaluación sistemática.
- Un cambio cualitativo en toda la comunidad universitaria.

Resultados.

- Implantación en tres carreras de la Facultad de Ciencias Económico administrativas de la UAT.
- Definición del modelado requerido para profesores en su rediseño de asignatura.
- Publicación de Artículos referidos a la formación profesional basada en competencias.
- Publicación de un Libro sobre la experiencia investigativa.
- Tesis Doctoral asociada al presupuesto teórico asociado al procedimiento.
- Dos tesis de maestría asociadas a la Gestión de la Calidad en los procesos formativos. (a corto plazo)

Conclusiones.

- El modelo curricular basado en la formación de competencias profesionales que se propone, resuelve la contradicción actual entre la impartición fragmentada de los

contenidos de las distintas asignaturas y la necesidad de integrar los conocimientos, habilidades y valores alrededor de una profesión. Desde el propio diseño del Plan de Estudio de las carreras, donde se parte de su integración y coherencia se logra una articulación alrededor de las competencias definidas lo que sirve de eje curricular, concretándose durante el desarrollo del Proceso de formación del profesional.

- La concepción del diseño curricular presentado queda estructurado como un sistema de programas y asignaturas por año y define niveles de la formación de las competencias en cada uno, lo que permite la articulación entre sí para de manera holística dar tratamiento al sistema de competencias profesionales que requiere el egresado.
- La metodología presentada permite la reorientación y concreción del diseño curricular de cada carrera de una forma transversal y holística, al abordar los principales problemas que ocupan el ejercicio de la profesión específica, mediante la misma se propicia que los programas sean conformados siguiendo la lógica de la profesión y sus perspectivas, lo que incide de forma directa en una mejor preparación del futuro profesional.
- El proyecto titulado: **La formación profesional basada en competencias un reto pendiente en el desarrollo económico**, es el resultado de la necesidad de comprender los cambios y las exigencias que el entorno económico, productivo y social en que se desarrollan nuestras sociedades en Latinoamérica exige de las organizaciones dedicadas a la formación de profesionales. Profesionales altamente competentes que propicien el desarrollo de nuestra cultura y el respeto de los que contemplan nuestra obra. Propiciará un incremento del prestigio y reconocimiento de nuestras universidades en el contexto nacional e internacional.

Bibliografía:

AGUSTÍN E IBARRA. Competencia Laboral y Educación basada en Competencias: México,1996: CONALEP.

ANDREW GONCZI. Instrumentación de la Educación basada en Competencias. Perspectivas de la teoría y la práctica en Australia: Australia,1996.

ARAGÓN TALAVERA. La Formación Profesional Basada en Competencias Tecnológico INATEC. Profesionales/ Aragón Talavera, Luz Marina. Experiencias del Instituto Nacional. Nicaragua. Conferencia: Estrategias y Formas de Cooperación de las Instituciones de Formación Profesional en América Latina. Berlín 2000.

ARGÜELLES, ANTONIO. Competencia Laboral y Educación basada en Normas de Competencia.-- CONALEP, 1996.

ARRIETA BEATRIZ M. El Currículum la Práctica Docente. Edit. CONDES. Venezuela. 1995.

BELTRÁN UGARTE, FAUSTO. La experiencia de CONALEP en la Educación Basada en Competencias. CONALEP. México 1996.

CANQUIZ DEL TORO LILLIANA. Propuesta de un Modelo de Diseño Curricular para la Educ. Superior. Rev. Encuentro Educacional. Vol. 2. Univ. Zulia. Venezuela. 1995.

CRAWFORD, G y Glendenning, Wilson: La Educación Basada en Competencias, tres componentes sobre Canadá. CONALEP. 1996.

CUESTA A. Gestión de Competencias. Edit. Academia. Habana 2001.

DELGADO ARACELYS. Docencia para la Investigación Humanista. UNAM. México. 1996.

ESCOTET M. A. La Educación Superior está en crisis.. Paris. Correo UNESCO No 8. 1998.

FRIEDMAN THOMAS. Tradición versus Innovación. Edit. Atlántida. Argentina. 1999.

GARCIA S. SIMÓN DOLAN. La Dirección por Valores. Edit. Prentice Hall. España. 1999.

GARCIA C. FERNANDO. PALACIOS ANGELA. La Universidad Gestora de Organizaciones que aprenden. Rev. Universciencia. Universidad Oriente. México. 2002.

GARCIA COLINA. La Formación Basada en Competencias y los desafíos a las políticas publicas en la educación superior. Milestone. México. 2014

GOLEMAN D. Inteligencia Emocional. A teoría revolucionaria que redefine o que é ser inteligente. Edit. Objetiva. Rio de Janeiro. 1997.

GARCÍA, ELIZABETH: El Modelo Mexicano de la Educación Basada en Competencias. México. Conferencia: Estrategias y Formas de Cooperación de las Instituciones de Formación Profesional en América Latina. Berlín 2000.

HOMERO FUENTES. Modelo Curricular con base en Competencias Profesionales: Santa Fé de Bogotá ,2000.

IBARRA ALMADA, AGUSTÍN E: Competencia Laboral y Educación Basada en Competencias. CONALEP. México. 1996.

80. LÓPEZ ROMITO, F : Evaluación de la calidad del sistema de formación profesional. Página web principal fundaformaciones. Madrid. 2003

MARÍA DEL CARMEN MALPICA. El punto de vista pedagógico en la formación por Competencias: México,1996: CONALEP.

NICOLE KOBINGER. El sistema de Formación Profesional y Técnica por Competencias desarrollado en Québec: Canadá ,1996.

PAUL HAGER. Bases Filosóficas del concepto integrado de Competencias. Holanda,1996.

SÁNCHEZ ARANGUREN BASILIO. Dimensiones de la planificación curricular en épocas de cambio. Edit. Universitas. Venezuela. 2001.

SHIRIER FLETCHER. Diseño de capacitación basado en competencias laborales. Panorama Editorial. México DF. 2000.

VALDES EMILIA Y PORTUONDO. Elementos y Teoría del Diseño Curricular. UC. 1997.

La cultura organizacional como referente de éxito de empresas de servicios: Instituciones de Educación Superior públicas de Pachuca

Ma. del Rosario García Velázquez

Tirso Javier Hernández Gracia

Instituto de Ciencias Económico Administrativas

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen

Para el éxito y desarrollo de las empresas de servicios, particularmente de las Instituciones de Educación Superior (IES) el docente juega un papel importante y aunado a la cultura organizacional que se identifique en las empresas, esta presenta un patrón complejo de expectativas, ideas, actitudes conductas, basadas en la credibilidad, la comunicación, el liderazgo, el reconocimiento y la equidad, permite llevar a cabo acciones que facilitan los procesos, tomado en cuenta que es fundamental para la administración de cualquier empresa y que son percepciones y creencias que los docentes comparten dentro de las IES, en donde piensan y sienten suyas las actividades que realizan y que podrían estar asociadas a la edad, nivel de estudios, contratación laboral, horario de trabajo y antigüedad en la institución.

En la investigación se desarrolló bajo el tipo transversal correlacional, con enfoque cuantitativo, en una muestra 255 docentes de las IES públicas de Pachuca, se aplicó el instrumento elaborado por Marcone y Martín (2003) de cultura organizacional, se concluye a partir de los resultados que si existe asociación entre los factores de cultura

organizacional y los características sociodemográficas de los docentes de las IES públicas de Pachuca de Soto Hgo. Por lo que se concluye que para lograr una cultura organizacional funcional, los trabajadores deben afianzar con los directivos de las instituciones, el reconocimiento al esfuerzo, buscar el consenso en las acciones que se realicen, tener la capacidad para el manejo de diferencias, formación de líderes, así como establecer líneas específicas de comunicación.

Palabras clave: Cultura organizacional, características sociodemográficas e instituciones de educación superior.

Introducción

La cultura organizacional que en la actualidad se vive en las instituciones es derivada por diversos componentes que le permiten llegar a sus objetivos y metas que se establecen. Solo que ninguno de estos componentes identifica en forma individual, tomados en conjunto reflejan y dan sentido al concepto de cultura organizacional que existe en diversos niveles. El nivel más profundo es el de las suposiciones compartidas básicas, que significan creencias sobre la realidad y la naturaleza humana.

El nivel de cultura de los valores culturales, representan las creencias, suposiciones y sentimientos colectivos sobre cosas que son buenas, normales, racionales y valiosas. La cultura organizacional es muy diferente en cada compañía, en algunas, los empleados estarán muy interesados en el dinero, mientras que en otras lo están encaminados en la innovación tecnológica o el bienestar del empleado. Estos valores tienden a persistir en el tiempo, incluso cuando cambian los integrantes de la organización. En el caso de Marcone

y Martín (2003) consideran como factores para determinar la cultura organizacional al reconocimiento del esfuerzo como factor de éxito, a la credibilidad de los directivos y relaciones humanas, al liderazgo en la gestión directiva, a la comunicación y equidad organizacional.

El entorno cambiante en el que se desarrollan las empresas propician la necesidad de que sean más competitivas, debiendo potencializar el capital humano, para lo cual deben tener bases en el desarrollo y fortalecer la cultura organizacional que le permita interactuar compartiendo sus conocimientos, valores, creatividad y creencias en el marco de los objetivos institucionales.

Determinar la cultura organizacional de las IES es con el propósito de identificar las percepciones de los docentes de acuerdo a las actividades que se realizan, solo que cuando estas percepciones ejercen influencia, pasan a ser consideradas como válidas y se enseñan a los nuevos miembros como la forma correcta de percibir, pensar y sentir el ambiente en las organizaciones y es cuando se puede hablar de cultura. (Schein, 1988).

Aunado a lo anterior y la posibilidad que en las IES se identifique si la cultura organizacional, está relacionada con los características sociodemográficas del docente, se realizó la investigación abordando los antecedentes, el estado arte y la conceptualización de cultura organizacional. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo y correlacional, considerando como población a los docentes de tiempo completo de las universidades públicas de Pachuca, a partir del análisis estadístico se presenta el avance de

este trabajo en donde se observa que existe relación significativa entre los factores de ambas variables.

Antecedentes de la cultura organizacional

En la Grecia pre-clásica el término *aethos* designaba el conjunto de costumbres y hábitos de los pueblos, percibidos como fortalezas y refugios donde moran los habitantes. En el año 431 a.c. en Grecia, Pericles exhorta a los atenienses a ser fieles y a defender a los valores democráticos, como los motivos más importantes para ganar la guerra en contra de los espartanos.

La palabra griega *paideia* usada para significar la "crianza de los niños", tiene una estrecha relación con el concepto de cultura, entendiéndose como el cuidado o "cultivo" que se debe tener por los niños en la adquisición de conocimientos, hábitos, costumbres, sentimientos, emociones, relaciones sociales y afectivas, gusto por las ciencias y las artes, entre otros.

Las sociedades esclavistas tenían un concepto elitista de cultura, como por ejemplo, el conocimiento filosófico de los griegos. Según el trabajo de Espinoza y Pérez (1984), el término cultura apareció en la Roma antigua como la traducción de la palabra griega *paideia*.

La reflexión sobre la cultura organizacional se inició en el anonimato absoluto hace más de cuarenta años, por investigadores tales como Elliot Jaques, Erving Goffman, Chester Barnard y Paul Selznik, quienes estudiaron aspectos como los valores y el estilo de

dirección, entre otros (Pérez, 2003). Más adelante se afianza en los años 70, cuando el concepto de empresa se aborda con gran complejidad, basada estrictamente en criterios económicos y se le reconoce como una entidad social, por lo cual se le adjudican nuevas responsabilidades hacia el personal y hacia su entorno, a la vez que se hace más claro que la cotidianidad de estas, con creciente complejidad propia de los fenómenos sociales (Marcone y Martín, 2003).

Ha mediados de la década de 1980, la mayor parte de las organizaciones eran consideradas simplemente como medios racionales por medio de los cuales, coordinan y controlan grupos de personas. Estaban constituidas en niveles verticales, departamentos, relaciones de autoridad entre otros, es por ello que los teóricos desconocen el papel tan importante que juega la cultura organizacional en las vidas de los miembros de la organización (Robbins & Judge, 2009).

Avanzando en el tiempo, las primeras investigaciones se desarrollaron relacionando a la cultura y el desempeño, estaban enfocadas en que los valores componentes de la cultura, suponían un desempeño superior para la empresa y fue a lo que Siehl y Martín (1990) llamaron —Lazo directo entre cultura desempeño.

Se ha considerado que hablar de una cultura fuerte, se entiende que es porque la comparten todos los miembros de la organización. El desarrollo de artefactos como los rituales o historias organizacionales, ilustran un rasgo cultural específico. La fuerza con la cual estos valores son sostenidos e incorporados a las empresas por los empleados puede predecir a futuro del desempeño (Peters & Waterman 1982, citado por Mantilla, 2007).

Más adelante en 1984, Denisson con una investigación en 34 países en 25 industrias diferentes, encontró que dos índices, el de organización del trabajo y el de toma de decisiones, eran significativos con relación al desempeño financiero y además que una —cultura fuerte puede predecir el desempeño a corto plazo, cuando el desempeño está medido en indicadores como retorno de activos, retorno de inversión, ventas y otros (Mantilla, 2007).

Por todo lo anterior el tema de cultura organizacional se encuentra en primer plano hoy en día, en razón a su relación con los problemas sociales, culturales, organizacionales e individuales, lo que ha permitido que el concepto adquiera mayor autonomía y sea estudiado con rigurosidad (Pérez, 2003).

Aquí conviene hacer referencia de que no existen culturas organizacionales malas o buenas, sino culturas funcionales y disfuncionales a los objetivos de las organizaciones. Las prácticas administrativas en cualquier organización, tienen como marco referencial natural no solamente su propia cultura corporativa, sino también los demás niveles de la cultura como son: la cultura empresarial, la nacional, la ocupacional, entre otras (Marcone y Martín, 2003).

Además la formación de una cultura se construye como respuesta de dos grandes retos que toda organización enfrenta, como son: la adaptación externa e interacción interna llamada también supervivencia, la primera se relaciona con el modo en que la organización encontrará un nicho y como hará frente a su ambiente externo en cambio constante. La integración interna se relaciona con el establecimiento y el mantenimiento de las relaciones

de trabajo efectivas entre los miembros de la organización y resuelve temas como: el lenguaje y conceptos, límites de grupo y de equipo, poder y estatus, premios y castigos. En el caso de la adaptación externa y la supervivencia incluye: la misión y estrategia, metas, medios y medición (Hartasánchez, 2002).

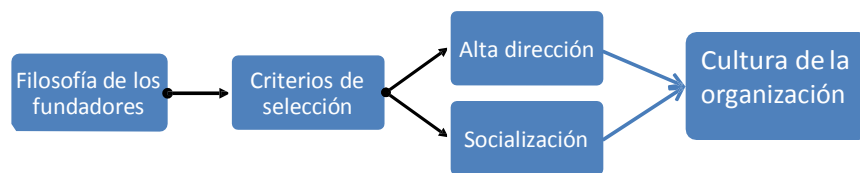
Continuando con la exploración a la cultura organizacional, se identifica que en la vida de las empresas la cultura refleja una mezcla compleja de supuestos valores o ideas del fundador o de los primeros directivos así como de los aprendizajes y las experiencias posteriores. La cultura nacional, las costumbres y las normas de la sociedad del país donde se ubica la empresa, conducen a que las crecientes operaciones globales han obligado a tomar conciencia de que las diferencias de las culturas nacionales afectan en gran medida a la eficacia organizacional, lo que concluye que las estructuras y culturas organizacionales efectivas en una parte del mundo no lo son en otra.

La cultura organizacional no brota de la nada, se basa en costumbres y tradiciones actuales de una organización, así como la forma general de hacer las cosas, surge de tres maneras: la primera en la que los fundadores contratan y retienen solo a los empleados que piensan y sienten como ellos, la segunda los adoctrinan y socializan en su forma de sentir y de pensar, la tercera es comportamiento de los fundadores, es un modelo de papeles que alientan a los empleados para que se identifiquen con ellos y por ende internacionalicen sus convicciones, valores y premisas (Robbins, 2004).

Robbins (2004) considera que la cultura se forma de acuerdo a lo que plantean la figura 2, en donde procede de la filosofía del fundador, la cual, a su vez, ejerce influencia

fuerte en los criterios de contratación. Los actos de los directores actuales fijan el ambiente general de qué comportamiento es aceptable y cuál no lo es. Cómo se socialicen los empleados depende tanto del grado en que sus valores se hacen corresponder con los de la organización en el proceso de selección como de los métodos de socialización preferidos para la administración.

Figura 2. Cómo se forma la cultura de una organización.



Fuente: Robbins (2004).

La cultura se convierte claramente en un elemento, en los procesos de demarcación y control que se practican en las organizaciones, considerando que es un conjunto complejo y multidisciplinario de casi todo aquello que constituye la vida en común en los grupos sociales.

Por todo anterior basado en un sentido histórico antropológico, la cultura se torna en aquello que distingue y da identidad al factor humano inmerso en un grupo social, considerando la forma en que interactúan los grupos entre si y en el contexto externo y el modo de cómo acostumbran realizar las actividades.

Estado del arte

De cultura organizacional se ha escrito mucho y se han estructurado conceptos, teorías y modelos, estudiar y analizar la cultura organizacional se ha convertido en un tema fundamental en la administración de las organizaciones, ya que es tema inherente a todas ellas, les otorga personalidad, la temática tiene gran relevancia porque involucra el contexto interno y principalmente al factor humano (Zapata, 2004).

La idea de lo anterior es que cuando el factor humano aprende a enfrentar sus problemas y la percepción está basada en aspectos de valores, como responsabilidad, compromiso, lealtad y el desarrollo de habilidades, facilita que la organización logre sus objetivos, de tal manera que se identifican con la institución, piensan y sienten suyas las actividades, lo que puede concluir que en este caso existe cultura. Cabe mencionar que no es así de fácil, investigadores han realizado modelos de cultura organizacional, y aun así, nos podemos encontrar que determinado modelo puede ser no funcional a todos los contextos, ya que cada una de las organizaciones tiene sus particularidades. Además que aun cuando se diga que existe cultura organizacional aceptada y asimilada por el factor humano, no siempre es compartida por la totalidad de los miembros de la organización.

Es fundamental para la contextualización referir al concepto de cultura organizacional que en el caso de Schein (1988, citado por Tomás, Jofre & Mas 2006) menciona, que son las percepciones y creencias básicas que comparten los miembros de una organización, en donde operan de forma inconsciente y definen la visión de los miembros de la organización y de su entorno.

Así mismo se destaca lo que Fernández, (1995, citado por; Hernández, Mendoza & González 2004) considera como cultura, que es un recurso que explica lo que otros recursos no pueden explicar sobre la situación de la empresa y se le considera como un recurso poco palpable, que puede llevar a la empresa a su desaparición o continuidad.

Respecto a lo que Jaques (2002, citado por Zapata, 2004) supone como cultura organizacional señala que es la forma tradicional o habitual de pensar – decir – hacer las cosas, que comparten los miembros de una organización y que los nuevos integrantes tienen que aprender o aceptar, al menos parcialmente, a fin de que sus servicios sean aceptados en la organización.

De las investigaciones en torno a la cultura organizacional se expone la realizada por González (2008) quien abordó el proyecto de caracterización de la cultura organizacional, clima organizacional, motivación, liderazgo y satisfacción de las pequeñas empresas del Valle Sugamuxi y su incidencia en el espíritu empresarial, su muestra son los funcionarios, parte administrativa, operativa y demás personal, obtenido como resultados que se deben mejorar los niveles de motivación, un liderazgo participativo y niveles de desarrollo. Generar espíritu de desarrollo empresarial, ya que predomina el individualismo. Además, es necesario afianzar los nexos académico - productivos con el Estado, La comunicación y el grado de confianza es buena entre empleados y directivos, aspectos que generan seguridad y facilitan el desarrollo de las actividades de los mismos.

En el caso de Hartasánchez (2002) elaboró una investigación enfocada al perfil dinámico de la cultura organizacional de los directivos públicos en México, en el Instituto

Tecnológico Autónomo de México considerando a 250 directivos, revelando como resultados que es clara la tendencia de disminuir el predominio de las culturas organizativas de poder y de función de un incremento de la incidencia e influencia de las culturas de desempeño y de apoyo.

Otra investigación realizada es la de Cerrada (2001) quien enfoco su estudio a la cultura organizacional en los sistemas de salud, basándose en entender las diferencia y monitorear los cambios culturales que se reflejan en el tiempo, lugar e historia. Teniendo como resultados que la cultura organizacional implica cristalizar nuevos modos de acción, basados en la reconceptualización de los proceso y de los métodos, o bien la idealización de modelos frescos y mejores.

Por otro lado Sánchez (2010) consideró la caracterización de la cultura organizacional de las instituciones de educación superior del estado de Guanajuato. Utilizó el instrumento de valoración de la cultura organizacional (OCAI), de Camenron y Quinn, que incluye como dimensiones a la participación y compromiso, innovación y creatividad, competitividad y productividad y finalmente control y eficiencia. Obteniendo como resultado que en las IES coexisten los diferentes tipos de cultura, pero impera la cultura donde predomina la participación y el compromiso, seguida de las culturas de control y la eficiencia.

Otro estudios es el de cultura organizacional en los sistemas de salud realizado por Cerrada (2001), quien lo enfoca a entender estas diferencias y a monitorear los cambios culturales que se reflejan en tiempo, lugar e historia, dirigido a los sectores de

restauranteros, a la evaluación docente, en organizaciones comerciales, en las PyMES, entre otras. Otros autores han relacionado a la cultura organizacional con variables como: el bienestar laboral, la gestión humana, clima organizacional, motivación, desempeño, satisfacción entre otras.

De la teoría Denison (1991, citado por Pérez, 2007), afirma que la cultura organizacional tiene un impacto directo sobre la efectividad y rendimiento. En donde las estrategias, las estructuras organizacionales tienen un origen en las convicciones, y en los valores de una organización, ya que presentan límites y oportunidades para lograr la efectividad de las empresas.

En la actualidad existen una diversidad de instrumentos que permiten identificar si existe o no cultura organizacional en las empresas, los cuales han sido elaborados por expertos en la materia, por mencionar algunos identificados se encuentran: ScaqSchool Cultura Assessment Questionnaire (Sashkin & Sashkin, (1990); Inventario de Cultura Organizacional Innovadora (Reyes & Zambrano, 1991); Diagnóstico de la Cultura Organizacional (Harrison & Stokes, 1992); Cuestionario de Cultura Organizacional (García, 1994); Organizacional Culture Survey (Denison, 1999), el cuestionario de cultura organizacional de Marcone y Martín (2003).

La cultura organizacional en las IES

Las IES son organizaciones en cuyo seno tiene lugar una serie de actividades de enseñanza aprendizaje y de convivencias bien encaminadas, llevan a la formación de profesionistas,

por ello todo lo que les afecta y las actividades que realizan tienen especial relevancia hacia la cultura organizacional.

Se señala la aportación que realiza García (2008) sobre el procedimiento necesario para fomentar una cultura organizacional orientada al conocimiento tomando como base los objetivos, principios y acciones, en donde se analizan los valores y hábitos de los miembros de la organización, si estos facilitan la creación, intercambio y utilización del conocimiento, determinando la percepción que tienen los trabajadores de la cultura existente.

Conviene distinguir que de acuerdo con Rivera (2000, citado por Tomás, Jofre & Mas 2006) la cultura organizacional al interior de las instituciones educativas conduce a la formación de profesionistas de calidad, cuando existe una congruencia en los objetivos de la institución, la calidad del proceso enseñanza aprendizaje, el rol del director como líder.

Existen percepciones en base a las actividades que se realizan dentro de las instituciones, solo que cuando estas ejercen influencia pasan a ser consideradas como válidas y se enseñan a los nuevos miembros como la forma correcta de percibir, pensar y sentir en las organizaciones, en ese momento se puede decir que se habla de cultura. (Schein, 1988).

Harta Sánchez (2002) considera que la cultura que se produce en el interior de las instituciones se concreta, se mantiene y se transmite a través de símbolos y prácticas o de forma más precisa, a través del significado que estos símbolos y actuaciones que contienen, por lo tanto, se considera que la cultura lo impregna todo, es creación del significado sobre

lo que vemos, hacemos y deseamos. Nos condiciona en nuestras relaciones sociales, es decir, en la manera de percibir al otro, en cómo interpretamos los hechos de la vida cotidiana, en cómo actuamos y en cómo nos comunicamos. La cultura es una forma de vida, una manera de enfrentarnos a nuestro quehacer social.

Así mismo el conocimiento de la cultura organizacional en el interior de la escuela conducirá hacia una educación de calidad: La congruencia en los objetivos de la escuela, especialmente, respeto a la calidad de los procesos de enseñanza–aprendizaje, el rol del director como líder que usa la simbología asociada con la cultura organizacional de la escuela, las expectativas de rendimiento de los profesores y alumnos, las relaciones positivas tanto internas como externas del centro (Rivera 2000).

Calidad debe estar asociada a la existencia de una cultura participativa, con una mayor colaboración entre los integrantes de un centro, los rasgos de lado del individualismo, que es sin duda uno de los mayores problemas que afrontan los centros educativos. Puesto que este individualismo pasa a ser una característica importante de la cultura organizativa de las instituciones educativas.

Planteamiento del problema

En los últimos años los avances tecnológicos, la globalización y la economía, han propiciado el crecimiento de las organizaciones y aunado a ello el crecimiento de las IES ya que deben de responder con la formación de profesionistas que atiendan las necesidades de los sectores sociales, económico, políticos y culturales, en ese contexto, una preocupación

fundamental en la que parecen haberse centrado los objetivos actuales prioritarios de las organizaciones ha sido desarrollar, a partir de la cultura; una cultura organizacional.

En las instituciones los directivos ocupan un lugar en el mando, mismo que debe reflejarse con la responsabilidad que implica tener en consideración componentes que dentro de las escuelas se debe mantener, entorno al reconocimiento del esfuerzo como factores de éxito, que transmitan credibilidad, y fomenten las relaciones humanas que lleven a la institución al liderazgo en la gestión directiva, además de que exista una comunicación efectiva y equidad entre los miembros de la institución.

Cabe mencionar que la cultura es de acuerdo con Marcone y Martí (2003), un sistema de creencias y valores esenciales que orientan, dan sentido y coherencia a los esfuerzos colectivos, creando las condiciones necesarias para la emergencia del compromiso grupal en función de los objetivos educativos, desarrollándose y consolidándose a través del tiempo, mediante lenguajes, rituales e historias de la organización escolar.

Por lo anterior, se hace referencia que dentro de las IES públicas de Pachuca se observan las actitudes de los docentes, en donde que no se involucran al 100%, en actividades como: rediseños, la actualización de programas de estudio, extensión, innovación, trabajo en equipo, capacitación continua, atención a los estándares de acreditación de programas, entre otras, ya que son base para que las instituciones operen sus programas, dado que tienen el compromiso ante la sociedad de formación de profesionales de manera integral.

Todos estos aspectos recaen en los factores intrínsecos que los docentes poseen y que se consideran en las condiciones sociodemográficas, la problemática central es determinar si la edad, el nivel de estudios, la contratación laboral, el horario de trabajo y la antigüedad laboral, estos factores contribuyen a que la satisfacción del docente en la institución propicie la cultura dentro de la misma, logrando definir las características propias que el docente de Instituciones de educación superior públicas debe poseer para lograr el desarrollo de la cultura organizacional en su Institución. Lo que propicia hacer el siguiente cuestionamiento.

¿La cultura organizacional en las IES públicas de Pachuca de Soto Hgo, está asociada significativamente a los características sociodemográficas de los docentes de tiempo completo?

Justificación

En el análisis realizado a investigaciones anteriores no se observa relación entre cultura organizacional y características sociodemográficas, por lo que considerando la relevancia que tiene la cultura organizacional en cualquier empresa, se propicia que se torne fundamental que las IES cuenten con estudios científicos que soporten las decisiones que se tomen en pro de la calidad de las mismas. Ya que en esta primera etapa se presenta la asociación que existe entre los características sociodemográficas con la cultura organizacional, información que será valiosa para sensibilizar a los directivos de las instituciones en la cultura que exista en cada una y que características sociodemográficas son los que la fortalecen. En el proyecto se establecerán estrategias de intervención para solucionar y atender cualquier problema. Así mismo se espera que este proyecto sirva para

que en investigaciones futuras desarrollen modelos que aborden ambas variables. En la segunda etapa se abordará

Objetivo

Identificar si la cultura organizacional que existe en las IES públicas de Pachuca de Soto Hgo, está asociada a los características sociodemográficas del docente, con el propósito de generar estrategias que contribuyan al buen funcionamiento de las instituciones y al logro de sus objetivos.

Hipótesis

El nivel de predominio de los factores que integran la cultura organizacional de las IES en Pachuca, bajo el modelo Marcone y Martín, están asociados a los características sociodemográficas de los docentes que las integran.

Desarrollo

Metodología

El diseño metodológico será fundamentado en enfoque cuantitativo, de tipo transversal: Sólo se mide una vez, así como sus correlaciones. Correlacional: Se busca encontrar relaciones entre las distintas variables involucradas.

La muestra estuvo constituida por 255 docentes de tiempo completo de tres IES públicas de Pachuca de Soto Hgo, la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), el Instituto Tecnológico de Pachuca (ITP) y la Universidad Politécnica de Pachuca (UPP).

Se utilizó el paquete estadístico SPSS para realizar el análisis de la información y determinar la asociación entre las características socio demográficas de los docentes y los factores de la variable de cultura organizacional.

La técnica de investigación utilizada fue el instrumento de cultura organizacional desarrollado por Marcone y Martín (2003) con una fiabilidad de 0.9613, que incluye las dimensiones de: reconocimiento del esfuerzo como factor de éxito, credibilidad de los directivos y relaciones humanas, liderazgo en la gestión directiva, comunicación y equidad organizacional, así mismo se integran características socio demográficas de los docentes tales como: edad, nivel de estudios, contratación laboral, horario de trabajo y antigüedad laboral.

Resultados

La importancia del factor humano en las organizaciones, deriva que mediante este se puede direccionar la gestión de las empresas, donde se busca centrar una identidad para adaptar la organización a diversos entornos logrando el desarrollo la misma.

En los resultados obtenidos se determina la asociación de la cultura organizacional en las IES con los características sociodemográficas de los docentes de tiempo completo, a partir de la correlación de Pearson y se muestran los resultados en la tabla 1, en la cual se puede identificar que existe asociación entre los siguientes factores:

- * En el factor de reconocimiento del esfuerzo como factor de éxito de cultura organizacional con la edad, lo que implica que cuando los docentes tienen mayor edad requieren que las actividades que realizan sean mayormente reconocidas.
- * El reconocimiento y el nivel de estudios que tienen los docentes, por lo que se debe dar el reconocimiento a los docentes en base al nivel de estudios que este tenga, a mayor nivel de estudios, mayor reconocimiento.
- * El reconocimiento y la contratación laboral, por lo que el docente necesita que sea reconocida su actividad para el tipo de contratación laboral que le asignen en la institución.
- * El factor de reconocimiento de cultura organizacional con la antigüedad que tienen los docentes, lo que implica que a mayor antigüedad se requiere de mayor reconocimiento.
- * La credibilidad de los directivos y relaciones humanas con las características sociodemográficas solo presenta asociación negativa entre la edad del docente y la antigüedad de éste en la institución. Lo que quiere decir que los docentes a menor edad y antigüedad en la institución tienen menor credibilidad dentro de la misma.
- * En el factor de liderazgo en la gestión directiva en asociación con las características sociodemográficas se observa que están asociados el liderazgo con la edad, el horario de trabajo y la antigüedad en la institución lo que implica que cuando los docentes perciben que existe liderazgo es cuando tienen mayor edad, así mismo cuando están de acuerdo con el horario de trabajo y se refleja que tienen mayor antigüedad en la institución.
- * La comunicación y equidad de la variable de cultura organizacional y las características sociodemográficas es positiva con la edad de los docentes, con el tipo de contratación y con la antigüedad en la institución. Lo que permite afirmar que existe comunicación y

equidad organizacional cuando es mayor la edad del docente, la antigüedad en el trabajo, considera tener un horario de trabajo adecuado y el tipo de contratación.

Tabla 1

Asociación entre la variable de cultura organizacional y características sociodemográficas de los docentes.

	Cultura organizacional			
	Reconocimiento	Credibilidad	Liderazgo	Comunicación y Equidad
Edad	.143*	-.125*	.209**	.268*
Nivel de estudio	.140*			
Contratación laboral	.202**			.321*
Horario de trabajo			.125*	.373**
Antigüedad en la institución	.224**	-.205**	.197**	.411*

Fuente: Elaboración propia

Una vez realizado el análisis se puede sumar a lo que menciona Carreda, que para que exista cultura organizacional en las IES públicas de Pachuca se debe tomar en cuenta el reconocimiento del esfuerzo como factor de éxito, la credibilidad de los directivos y relaciones humanas, así como la comunicación y equidad que se otorgue a los docentes.

En pocas palabras que las organizaciones modernas son aquellas que fomentan el dialogo, el liderazgo y la franqueza y son capaces de producir innovaciones. Este noble propósito exige de conocimientos relativos a la percepción del propio ser y a la manera de aprender a convivir armónicamente y a colaborar con otras personas (Carrada, 2001).

Conclusiones y recomendaciones

Al concluir la primera parte de la investigación que consistió en determinar la asociación entre la cultura organizacional y los características sociodemográficas de los docentes se puede afirmar que para generar un cambio en la cultura organizacional en las IES públicas de Pachuca de Soto Hidalgo, implica que deben implementar nuevos modos de acción, considerando que no se trata de generar una cultura organizacional nueva, sino que es conveniente planear, hacer y verificar lo que realizan y perciben los docentes partiendo de que exista el reconocimiento del esfuerzo como factor de éxito, por lo que los directivos deben:

- * Propiciar credibilidad y las relaciones humanas, en que las propuestas, estrategias y resultados del trabajo estén enfocados a lograr los objetivos de la institución, deben ejercer un liderazgo colaborativo, una comunicación adecuada entre los niveles jerárquicos, al mismo tiempo que se otorgue las mismas condiciones laborales para cada uno de los docentes.
- * Redefinir su relación con los trabajadores, con el propósito de generar un ambiente en donde las personas sienten libertad para ser creativas, en donde perciban un sentido de realización y pertinencia, que se reconozca lo mejor de cada individuo dentro de las instituciones dado que los procesos de enseñanza aprendizaje se siguen fortaleciendo cada día más en diferentes programas educativos.

- * Promover la capacitación y motivación para estableciendo ambientes propicios para generar la creatividad e innovación fortaleciendo las actividades, confianza entre los miembros de las IES para realizar las actividades de docencia, investigación, generación y aplicación del conocimiento que son funciones sustantivas determinadas por programa de mejoramiento del profesorado (PROMEP) que como docentes de tiempo completo de las IES deben realizar.
- * Reconocer las actividades que realizan los docentes principalmente aquellos de mayor edad, con los que tengan mayor antigüedad en la institución.
- * Establecer acciones positivas en la institución, para que los docentes no pierdan credibilidad en las decisiones que se toman en ella, deben visualizar que dar la oportunidad al docente de mayor edad a ser líder por los conocimientos, experiencia, participación en el logro de los objetivos que generan un ambiente de cultura organizacional.
- * Reconocer el nivel de estudios que tienen el docente, otorgando la confianza en la toma de decisiones, otorgar una categoría en el tabulador, en función de los estudios realizados y las actividades que lleva a cabo. El docente necesita percibir que existe equidad en las condiciones del trabajo.
- * Encomendar acciones de liderazgo que permitirá delegar funciones, lo que podría contribuir a la percepción del docente ante la equidad que existe en la institución.
- * Reconocer la antigüedad que los docentes tienen en la institución, generando grupos de trabajo en donde el liderazgo de esté a cargo del docente que tenga mayor antigüedad, experiencia conocimientos, creatividad y además que genere comunicación adecuada.

- * Establecer condiciones en las que el factor humano se involucre, considerando lo simbólico para estos, aunado a una colectividad en funciones a desarrollar, de manera que se incremente la capacidad de organización, de resolución de problemas, de promover el espíritu de competitividad profesional.
- * Propiciar en los docentes destacar en los valores con el trabajo bien hecho, que exista una relación directivos-docentes-alumnos-procesos, generando la percepción de la equidad como parte fundamental en la vida de la escuela., así como los ambientes estimulantes y creativos, en contextos apropiados y con equidad.

Como se puede contrastar para lograr una cultura organizacional funcional los trabajadores deben afianzar con los directivos de las instituciones, el reconocimiento al esfuerzo buscar el consenso en las acciones que se realicen, tener la capacidad para el manejo de diferencias, formación de líderes, así como líneas específicas de comunicación.

Con todo lo anterior se fundamentan las conclusiones con la investigación realizada, que en algún momento los resultados sirven para otras IES públicas que quieran fortalecer la cultura organizacional que se vive dentro de ellas, sin embargo para que se determine que es conveniente, se debe realizar un diagnóstico situacional de los factores de cultura organizacional.

Esta investigación ofrece un aporte en el conocimiento de aspectos propios de la cultura organizacional que se encuentran asociados a los características sociodemográficas de los docentes en cada escuela, facilitando el acercamiento al cumplimiento con la formación de profesionales de calidad, bajo el reconocimiento de programas acreditados

por organismos abalados por el Concejo para la acreditación de la educación Superior (COPAES).

Aunado a otras estrategias se debe generar un plan de acción específico, el cual puede estar compuesto de un taller de capacitación con temas específicos como relaciones humanas, liderazgo, comunicación, gestión directiva, entre otros, que contribuyan a propiciar una cultura organizacional, en función de re-direccionar o fortalecer la misión, visión de las instituciones.

Fuentes de consulta

Carrada, T. (2001). La cultura organizacional en los sistemas de salud. *Revista médica del IMSS*. 40 (3). 203-211.

Denison, D. (1990). *Cultura corporativa y efectividad organizacional y estudio de la cultura y la efectividad*. Primer edición. Bogotá: Corporate culture and organizational effectiveness.

Fisher C. J. (s/f). *Le importe o no, la cultura sí importa*. Consultoría de Gestión de Productos de ARC Worldwide.

García, D. (2008). Procedimiento para fomentar una cultura organizacional orientada al conocimiento. *CIGET Pinar del Rio*. Vol. 10.

- González, J. J. (2008). Caracterización de la cultura organizacional, clima organizacional, motivación, liderazgo y satisfacción de las pequeñas empresas del Valle de Sugamuxi y su incidencia en el espíritu empresarial. *Pensamiento y Gestión*, N° 25, 40-58.
- Hernández, M. A., Mendoza, J. y González, L. (2008). Construcción y validez del instrumento de cultura organizacional y competitividad (ICOC). Comunicación presentada al *XXII Congreso Anual y XVIII Hispano Francés de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)*, Salamanca, España.
- Hartasánchez, J. M. (2002). Perfil dinámico de la cultura organizacional de los directivos públicos en México. *VII Congreso internacional del CLAD*. (8),8-28.
- Mantilla M. C. (2007). La relación entre la cultura empresarial y el desempeño operativo en las PyMES de la zona Occidente de México. XI Congreso internacional de la academia de ciencias administrativas A.C. (ACACIA).
- Marcone, R. y Martín, F. (2003). Construcción y validación de un inventario de cultura organizacional educativa. *Psicotema*, Vol. 15, 292-299.
- Pérez, R. I. (2003). Propuesta de un modelo de gestión humana y cultura organizacional para Pymes innovadoras. *Revista escuela de administración de negocios*, No. 47, 46-65.

Pérez, R. (2007). Estructura y cultura organizacional en la Pyme Colombiana: Análisis en empresas Bogotanas. *Cuadernos administrativos*, No. 38, 73-85.

Robbins, E. (2004). Comportamiento organizacional. 7 ed. México: Prentice Hall.

Robbins, S. y Judge, T. (2009). Comportamiento organizacional. Decimotercera ed. México. Prentice Hall.

Sánchez M. I. (2010). *Caracterización de la cultura organizacional de las instituciones de educación superior del estado de Guanajuato*. (Disertación doctoral). Recuperada de

http://fca.uaq.mx/files/investigacion/doctorado/tesis/mirna_sanchez_gomez.pdf.

Schein, E. (1988). La cultura empresarial y el liderazgo. Barcelona: Plaza & Janes.

Stoner J., Freeman E., & Gilbert Jr. D. (1996). Administración, Sexta Edición. México: Prentice Hall.

Tomás. Jofre & Mas. (2006). Una formación para el profesorado acorde con la cultura organizacional necesaria en los centros de educación secundaria.

Zapata, A., Primero, L. & Arias, B. (2004). Cultura organizacional para la calidad total. Encuentro Nacional de Investigación en Administración. 153-167.

Vargas, J.G.(2007).*La cultura organizacional en México*, Edición electrónica gratuita.

Texto completo en www.eumed.net/libros/2007.

Retornos a la educación de los economistas colombianos Análisis desde la perspectiva del capital humano (2009 -2012)

Gómez Rodríguez D.H.

Resumen

El siguiente artículo es la derivación de una tesis de grado de Maestría en la cual su objetivo general fue analizar la situación laboral de los docentes colombianos (Gómez y Barbosa, 2014). A diferencia con este pero siguiendo la misma línea argumentativa, el siguiente artículo pretende identificar la tasa de rentabilidad de los egresados de la ciencia económica en Colombia desde los postulados de la teoría del capital humano. Para ello se utilizaron ecuaciones Mincerianas del ingreso, se corrigió el sesgo de selección por el método propuesto por Heckman (1979), con datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares entre 2009 - 2012 para 82 profesiones. La principal conclusión es que los egresados de la ciencia económica en el periodo estudiado evidencian retornos a la educación por encima de la gran mayoría de las profesiones.

Palabras clave: Rendimientos de la educación, docencia, mercado laboral, profesiones.

Introducción

La teoría del Capital Humano se construye a partir de los postulados de William Schultz (1960), (1961); Gary Becker (1964), (1983), (1990) y Jacob Mincer (1958), (1970), (1974) en la década de 1960 bajo los lineamientos de la teoría Neoclásica de la Economía. Su aporte más emblemático, es que existe una relación directa entre a mayor número de años de educación como de experiencia de un individuo, con mayores retornos en el salario de la persona en cuestión a corto plazo. De igual manera, estos economistas

emularon a uno de los padres de esta escuela, el profesor Marshall, en su libro Principios de economía, cuando expone que —el capital más valioso de todos es el que se ha invertido en seres humanos (Becker, 1983). En consecuencia, Becker interpreta la inversión en educación, como el costo de oportunidad que sacrifica el individuo en el presente por un futuro en el cual obtendrá mejores retornos. De ahí que exponga que esta posibilidad, está determinada por la inversión que realice la organización y/o por el esfuerzo como la motivación del individuo (Becker, 1964). Grosso modo para Becker, el capital humano es una variable que puede mejorar el desarrollo como el crecimiento económico de un país.

Con el mismo propósito Schultz, mundialmente reconocido como el precursor de la Economía de la educación, explica que la educación como la salud son variables imperativas para la sociedad. Por ende Schultz (1961) declara que los años de educación, como la calidad de vida de las personas son estándares que fijaban las tipologías de vida de los individuos. Por otro lado pero en la misma sintonía Mincer (1974) fue el primer economista en desarrollar el análisis empírico entre la correlación del capital humano con los ingresos de los sujetos. Gracias a él nacen estudios donde lo cuantitativo enriquece el discurso del capital humano por medio de una ecuación minceriana la cual se estima por Mínimos cuadrados (MCO) con datos usualmente con transversales:

Ecuación minceriana:

$$\ln(y) = \beta_0 + \beta_1 S + \beta_2 Exp + \beta_3 Exp^2 + \varepsilon \quad (1)$$

Donde y : son los ingresos del individuo.

S : número de años de educación.

Exp : años de experiencia laboral.

e : término aleatorio que no puede explicar el modelo.

La cual ha sido utilizada como referente en una gran cantidad de investigaciones (Freire y Terjeiro 2010), (Barceinas et ál, 2001), (McConnell, et ál 2003), (Harmon et ál,2001) etc.

La literatura tanto internacional como nacional es muy prolífica frente a estudios con estas características. Entre ellos se señalan las investigaciones de Pabón (2004), (1993), Salas-Velasco (2001), Isaza, (2003), (2002) y (2013), las cuales han contribuido en acrecentar el acervo científico frente a la relación entre los retornos a la educación con las políticas económicas de los países. No obstante, estudios que enfatizan a una profesión específica son más bien escasos. Entre ellos se puede indicar el de Gómez y Barbosa (2014), donde se realizó un análisis de la tasa de retorno de la educación para el gremio de los docentes en Colombia entre los años 2009 y 2012. Evidenciando que en promedio, los docentes poseen tasas de rentabilidad por debajo de la gran mayoría de las profesiones y los egresados de economía están por encima de ellos. Los de Paschapoulus (1985) y (1993) que afirman que los retornos sociales más altos son para los egresados de Ingenierías, Derecho y Economía y los más bajos en Física y Agronomía. Concluyendo que la Economía genera el mayor retorno social, Medicina el privado y la Agronomía tanto en lo social como lo privado la menor tasa. En igual sintonía se halla la conferencia realizada en Mexicali, BC en la Facultad de Ciencias Políticas, UABC por Roviroso (2008), quien aseveró que los economistas en EE UU recibían en promedio un ingreso de 77.000 USD

año y que el 10% del decil menor, poseen un promedio mensual de 42.000 USD. Resaltando que para México en ese periodo no se hallan datos de los mismos.

Por consiguiente, el objetivo de la presente investigación, es analizar la situación laboral de los egresados de economía de Colombia, entre los años 2009 -2012 con los datos de la GEIH²⁰ del DANE²¹, realizando estimaciones con las ecuaciones Mincerianas, corrigiéndolas con el método propuesto por Heckman (1979) desde la perspectiva del capital humano. Para ello se inicia con esta pequeña introducción, se continua describiendo los datos como indicando el modelo micro econométrico, prosiguiendo con los resultados, la discusión y terminando con unas pequeñas conclusiones.

Metodología

Uno de los grandes aportes que proporcionó Mincer para el acervo de la ciencia económica son los análisis empíricos por medio de sus ecuaciones mincerianas. La cuales corroboran desde la teoría Neoclásica de la economía, la relación lineal entre los retornos de la educación con los salarios de un individuo (Mincer, 1974). La ecuación de Mincer estima la reciprocidad que muestran las variables de capital humano sobre el logaritmo del ingreso laboral (Pabón, 2004, citado en Gómez y Barbosa 2014,p.23).

El modelo en el cual se hace la regresión se presenta a continuación:

²⁰ Gran Encuesta Integrada de Hogares.

²¹ Departamento Nacional de Estadística, Colombia.

(2)

$$\ln Y_i = \beta_0 + \beta_1 \text{exp}_i + \beta_2 \text{exp}_i^2 + \beta_3 \text{Edu}_i + \beta_5 \text{Edu}_i^2 + \beta_5 \text{carre}_i + \beta_6 \text{carre}_{1i} + \beta_7 \text{carre}_{2i} + \beta_7 + p - 1 + \varepsilon$$

Donde:

$\ln y_i$ = ingreso de los asalariados en forma logarítmica.

Exp = experiencia del trabajador.

exp2 = experiencia del trabajador al cuadrado

Uni1 = nivel de primaria.

Uni2 = nivel de secundaria.

carre = representa a las profesiones.

p = número de profesiones.

El sentido esperado para los coeficientes es (edu) positivo, (exp) positivo, (exp2) negativo, efectos diferenciadores en cada una de las profesiones que son variables falsas. (Quiñones y Rodríguez, 2011). De igual manera a los datos se les hace procedimiento de Heckman (1979), el cual permite corregir problema de sesgos de selección a partir de la inclusión de un término derivado de los pseudoresiduos de un modelo probit de participación laboral. Tales pseudoresiduos contienen información sobre variables no observables asociadas a los salarios. Si bien no se puede saber con exactitud el efecto de cada una de las variables no observables, el procedimiento de Heckman sí permite corregir los betas estimados de las demás variables que se incluyen en el modelo. Este método introduce la variable λ que es el término de

corrección (también conocido como el inverso de la razón de Mills o *non-selection hazard*) (véase Isaza 2013). Las ecuaciones a estimar son las siguientes:

$$\ln(w_i) = \beta_0 + \beta_1 X_i + \beta_2 S_i + \beta_3 U_i + \lambda \quad (3)$$

$$\ln(w_i) = \beta_0 + \beta_1 X_i + \beta_2 S_i + \beta_3 U_i + \lambda + \zeta_i \quad (4)$$

Donde

W_i = Vector columna del logaritmo del salario por hora del individuo del sexo i .

X_i = Matriz que contiene las características observadas de los individuos.

B_i = Vector de coeficientes a estimar.

λ = Término de corrección.

ζ = Covarianza entre los factores inobservables que afectan a la participación laboral y aquellos que influyen en el salario.

U_i = Término de perturbación aleatoria, donde $E(u)=0$. (Barraza, 2010, p. 20-21), (véase en Gómez y Barbosa, 2014)

Resultados

Desde el punto de vista de la innovación como la actividad intensiva de conocimiento el capital humano se beneficia, en virtud que las personas más educadas cuentan con más energía, tiempo, experiencia, lo cual mejora notablemente a la organización en los procesos de innovación (Brusoni et al., 2006). De ahí que para resumir los resultados como no hacer comparativos disimiles (economistas vrs ebanista) se escogiera 13 profesiones de las 82 profesiones. La tabla 1^a y 1b indican los resultados de las regresiones aplicándoles al promedio de las mismas el antilogaritmo menos 1, de los microdatos anuales de la Gran

Encuesta Integrada de Hogares –GEIH que corresponden al periodo 2009-2012, con 866 mil observaciones en total²² y se toma como variable base *vendedor tienda asistente*.

Profesión	2009	2010	2011	2012	Promedio	Antilogaritmo	-1
	0.57	0.65	0.64	0.66	0.633725	4.302540826	3.30254
Profesores	47*	61*	26*	15*			083
	**	**	**	**			
Arquitecto Ingeniería	0.69	0.72	0.72	0.73	0.7166	5.20714894	4.20714
	07*	28*	23*	06*			894
	**	**	**	**			
Médicos	0.50	0.58	0.60	0.65	0.58665	3.860557275	2.86055
	98*	26*	4**	02*			727
	**	**	*	**			
Biólogos	0.76	0.84	0.82	0.79	0.807675	6.422069482	5.42206
	61*	78*	62*	06			948
	**	**	**				
Enfermera	0.55	0.53	0.49	0.43	0.5062	3.207746206	2.20774
	16*	71*	88*	73*			621
	**	**	**	**			
Estadística	0.50	0.54	0.54	0.55	0.53745	3.447069184	2.44706
	92*	4**	51*	15*			918

²² Los microdatos anonimizados de la GEIH se pueden descargar de la página web del DANE. Véase: <http://www.dane.gov.co/index.php/microdato-anonimizado> -último acceso: 01/02/2014.

	**	*	**	**			
Economistas	0.69	0.78	0.79	0.90	0.7957	6.247409879	5.24740
	78*	94*	4**	16*			988
	**	**	*	**			
Contaduría	0.50	0.60	0.54	0.56	0.55435	3.583851451	2.58385
	27*	64*	66*	17*			145
	**	**	**	**			
Abogados	0.61	0.71	0.74	0.65	0.680875	4.795953901	3.79595
	28*	43*	34*	3**			39
	**	**	**	*			
Periodismo	0.35	0.29	0.49	0.24	0.3476	2.22638363	1.22638
	37*	01*	95*	71*			363
	**	**	**	**			
Legisla-Govier.	1.37	0.93	1.17	1.05	1.136875	13.70487251	12.7048
	46*	95*	5**	84*			725
	**	**	*	**			
Administra.	0.66	0.69	0.70	0.60	0.6662	4.636603941	3.63660
	65*	17*	6**	06*			394
	**	**	*	**			
Física	0.64	0.71	0.64	0.70	0.6765	4.747882909	3.74788
	14*	65*	42*	39*			291
	**	**	**	**			

Profesión	2009	2010	2011	2012	Prome	Antilogari	-1
-----------	------	------	------	------	-------	------------	----

					dio	tmo	
Profesores	0.5616	0.5906	0.5999	0.5648	0.5792	3.7951155	2.79511
	***	***	***	***	25	2	552
Arquitecto	0.7176	0.7433	0.6669	0.7288	0.7141	5.1778563	4.17785
Ingeniería	***	***	***	***	5	79	638
Médicos	0.5771	0.6326	0.5582	0.5901	0.5895	3.8859749	2.88597
	***	***	***	***		8	498
Biólogos	0.7882	0.7701	0.6984	0.7683	0.7562	5.7049257	4.70492
	***	***	***	***	5	97	58
Enfermera	0.5138	0.5091	0.5184	0.4809	0.5055	3.2029488	2.20294
	***	***	***	***	5	27	883
Estadística	0.588*	0.6394	0.7151	0.6245	0.6417	4.3827833	3.38278
	**	***	***	***	5	19	332
Economistas	0.8127	0.7756	0.6927	0.6701	0.7377	5.4673263	4.46732
	***	***	***	***	75	74	637
Contaduría	0.5347	0.5847	0.5544	0.5739	0.5619	3.6469096	2.64690
	***	***	***	***	25	16	962
Abogados	0.6679	0.7645	0.8343	0.7692	0.7589	5.7408341	4.74083
	***	***	***	***	75	44	414
Periodismo	0.549*	0.769*	0.612*	0.5743	0.6260	4.2274161	3.22741
	**	**	**	***	75	29	613
Legisla-Govier.	1.2647	0.8908	0.9041	0.9441	1.0009	10.021321	9.02132
	***	***	***	***	25	61	161

Administra.	0.5634	0.5755	0.6596	0.5517	0.5875	3.8685659	2.86856
	***	***	***	***	5	06	591
Física	0.6357	0.6159	0.5081	0.6974	0.6142	4.1141014	3.11410
	***	***	***	***	75	8	148

Tabla 1a: Submuestra masculina con antilogaritmo -1

Errores standard robustos entre paréntesis. *** denota significancia al 1%, ** denota significancia al 5%, * denota significancia al 10%. La categoría base es Vendedor, Tienda Asistente. Véase en Gómez y Barbosa (2014)

Por consiguiente los resultados muestran que para las economistas mujeres el año que hubo mayor tasa de rentabilidad fue el 2009 con 5.4 puntos logarítmicos y el más bajo fue el 2012 con 3.6. Para los economistas hombres el año 2012 fue el de mayor retorno con 6.9 y el más bajo fue en el año 2009 con 3.9. Evidenciando que hay brechas entre hombres y mujeres egresadas de la ciencia económica tanto en los años como en los resultados, ya que en promedio los resultados de los economistas hombres fue de 5.2 y las mujeres de 4.4, es decir 0.8 puntos logarítmicos por encima para los primeros. Estas diferencias entre hombres y mujeres va en sintonía con los estudios de discriminación laboral en el mercado colombiano, tal como lo demostraron las investigaciones de Isaza y Reilly, (2011), Pabón (2004), Tenjo y Herrera (2009) y Barón (2010) que en conjunto conciben y demuestran que el mercado laboral colombiano hay segregación salarial de género

Desde el punto de vistas de las profesiones, las economistas mujeres en promedio, tienen una tasa de rentabilidad a la educación por encima de las ciencias administrativas en conjunto. Dado que las Contadores mujeres sus resultados indican 2.6, administradoras

2.8, estadísticas 3.3. De ahí que en promedio las economistas estén por encima de este grupo al oscilar la diferencia entre 2.0 a 1.1 puntos logarítmicos. Frente a las ciencias naturales y afines están por encima de las físicas que obtuvieron 3.1, como de las ingenieras y arquitectas 4.1 respectivamente y por debajo de las biólogas 4.7. Desde las ciencias sociales, están por debajo de las abogadas 4.7 y Legislativo - Gobierno 9.0. Por encima de las periodistas 3.2 y de los profesoras 2.7. Frente a los profesionales de la Salud las mujeres economista están por encima de las médicas que obtuvieron 2.8 y de las enfermeras con 2.2. Grosso modo los resultados indican que el ser mujer egresada de economía en comparación con otras profesiones, las tasas de retornos están en promedio por encima de las gran mayoría de las mismas.

Para el género masculino en comparación con las ciencias administrativas sus resultados reflejan que está por encima de los estadísticos donde sus coeficientes fueron de 2.4, los contadores 2.5 y los administradores 3.6. Dado que los economistas hombres su coeficiente fue de 5.2 puntos logarítmicos. En comparación con las ciencias naturales y afines, sus resultados están por encima de los arquitectos e ingenieros 4.2, los físicos 3.7 y nuevamente como las mujeres están por debajo de los biólogos, en virtud que los resultados de estos fueron de 5.4. Desde las ciencias sociales los coeficientes de los abogados están por debajo de los economistas, dado que obtuvieron 3.7, los periodistas con 1.2, los profesores con 3.3 y como las mujeres por debajo de las profesiones que están en el Legislativo _ Gobierno ya que estos fueron de 12.7. Desde los profesionales de la salud estos están por encima, dado que los médicos fueron de 2.8 y de los enfermeros fue 2.2. En efecto los profesionales egresados de economía del género masculino en promedio ,están por encima de la gran mayoría de las profesiones, en cuanto a sus retornos a la educación ,sin desconocer los efectos que tiene la coyuntura económica del país en los ingresos

laborales de los profesionales colombianos tal como lo explicó la ANDI (2012), cuando estos establecen que las características del aparato productivo colombiano premia las disciplinas que fortalezcan la competitividad del mismo. De igual manera C.P.C (2011.2012) cuando explican que dado las improntas de la economía real, un diferenciador que se puede identificar en las profesiones son las que tenga una relación lineal entre la economía y las ofertas de las instituciones académicas y en este caso se puede leer que los economistas tienen un mayor renglón de influencia (2012-2013) .En el mismo sentido, los reportes del Banco Davivienda (2012) demuestran que en su sector ,la gran mayoría de sus altos directivos tienen formación de economista y que es un detonante para empoderar su marca, en virtud de las construcciones sociales que se tiene frente a esta profesión en comparación con otras como la de ser docente (Calvo.2007). Para terminar este apartado, no hay que olvidar que estos retornos además de tener relación con las dinámicas de la economía colombiana también tienen que ver con las relaciones externas como la Inversión directa extranjera , ya que esta se sintoniza con los procesos de transformación productiva (DANE, 2011) en la cual, los economistas son más visibles , dado sus enfoques interdisciplinarios como los retornos sociales, dado los imaginarios en Colombia con los cuales ser egresado de Economía es buen visto.

De igual manera los resultados evidencian jerarquizaciones en los retornos a la educación, donde se puede dividir disciplinas con altos medios como bajos. Entre los altos retornos a la educación, están las profesiones de legislación y gobierno, abogados, economistas, biólogos, arquitectos e ingenieros que oscilan entre un 9.0 a 4.1 puntos logarítmicos. Para los retornos de educación medios, se hallan los periodistas, estadísticas, físicas, y médicas ondeando entre 3.2 a 2.8 puntos logarítmicos. Para el caso de los retornos a la educación bajos se hallan contadoras, enfermeras y profesoras donde los resultados oscilan entre 2.7

a 2.2 puntos logarítmicos para las mujeres. Desde la perspectiva de los hombres, las disciplinas con retornos altos a la educación, están al igual que las mujeres, legislación y gobierno, biólogos y economista, oscilando entre 12.7 a 5.4 puntos logarítmicos. Para los retornos a la educación medios los cuales son más amplios que las mujeres, se encuentran los físicos, administradores, abogados (lo cual es una diferencia con las mujeres, en virtud que las abogadas se encontraban en los rendimientos altos) arquitectos e ingenieros como profesores, fluctuando los resultados entre 4.2 a 3.3 puntos logarítmicos. Los retorno a la educación bajos, están los médicos a diferencia de las mujeres que están en los medios, los enfermeros y los estadísticos con iguales características diferenciales en comparación con los retornos a las mujeres.

Al aplicar el procedimiento de Heckman (1979) para la submuestra masculina, como a femenina, los resultados indican que no hay sesgo de selección, en virtud de los coeficientes de lambda, que igualmente existe una correlación negativa estadísticamente significativa al 1 por ciento en las variables seleccionadas. Lo cual puede explicarse que las variables como la motivación y la habilidad no necesariamente sesgan los resultados (Isaza, 2013) y (Gómez y Barbosa, 2014). Desde el punto de vista de los resultados de las variables que están alienadas a la teoría del capital humano, los resultados demuestran que los retornos a la experiencia laboral potencial son significativos al 1% en la gran mayoría de los casos (ver Isaza, 2013). Respecto a los resultados de las variables que detallan la educación, siguen el recorrido que a mayor números de años de educación, mejores son los resultados. De igual manera que los hombres como se observó e identifico en las profesiones, tienen mayores tasas de rentabilidad. Es decir, que hay evidencia de discriminación salarial por género, dado que en igualdad de condiciones en el mercado laboral, este privilegia los ingresos laborales de los hombres en comparación con el de las

mujeres como la literatura especializada lo ha reflejado prolíficamente Isaza (2013), (2003), (Farné y Vergara 2008), (Galvis ,2010).

Discusión

Desde la perspectiva de Becker (1964), los individuos con mayores años de educación como de experiencia divisan un cúmulo mayor de oportunidades que los que no tienen estos acervos. Por consiguiente, la creatividad como los procesos innovadores están acobijados por solucionar el día a día de los problemas de las organizaciones Páez, (2012). En este sentido, ser egresado de economía en Colombia va en relación con los antes dicho, en virtud de sus competencias y retornos a la educación. De ahí que la presente investigación coincide con los resultados del estudio que realizó la Universidad del Rosario de Colombia por Forero y Ramírez (2008), cuando estos prueban en una de sus conclusiones, que los profesionales egresados de la ciencia económica tienen mayor probabilidad de devengar ingresos más altos ,en virtud que tienen más posibilidades de tener mejores ingresos si trabajan en el sector público, donde se puede encontrar una gran cantidad de oferta laboral que buscan como requisito ser egresados de economía, sin olvidar que otro determinante ,es que los padres de estos egresados tengan estudios superiores , lo cual impacta positivamente en los salarios así como ser egresado de esta profesión en la capital (Bogotá) amplía las posibilidades de mayores retornos a la educación O.L.E.²³ (2011).

Con el mismo propósito los resultados de la investigación están en sintonía con la tesis de (Gómez y Barbosa ,2014) cuando estos explican que los coeficientes de los

²³ Observatorio Laboral de Educación. Ministerio de Educación Nacional de Colombia.

retornos de la educación por parte de los profesores están por debajo de los resultados de los economistas tanto para hombres como para mujeres. De la misma manera con los datos del Observatorio Laboral de la Educación en el boletín 20 del MEN²⁴ de (2012) cuando explican que a mayor número de años de escolaridad hay mejores retornos a la educación, lo cual se pudo evidenciar con los resultados de las variables asociadas al capital humano. Sin embargo no estaría en sintonía cuando el MEN afirma que entre los diez programas con mejores ingresos están los egresados de la medicina, dado que los datos de la investigación, indicaron que los egresados de la salud estaban por debajo de los resultados de los egresados de economía. Lo cual se ve influenciado por la pérdida reiterativa que han tendido los salarios de los médicos colombianos, dado los procesos tan lamentables en sus condiciones laborales desde la ley 100 de 1993, Escobar (2013) (Robledo,2014) y (López,2011) .En el mismo sentido la presente investigación concuerda con el análisis de (Santamaría, 2009) cuando este afirma que en términos de ingreso, las mujeres tienen menores retornos que los hombres y que a mayor sea el número de años también es más alta la diferencia. Para terminar , la investigación concierta con lo que declara Medina (2012), al establecer que hay una gran varianza en los retornos de la educación en las profesiones , lo cual está relacionado tanto por las construcciones sociales frente a ser egresado en determinada disciplina como la demanda laboral frente un grupo de egresados; acotando que el incremento económico que hubo en la década del periodo 2000-2012 fue en contravía con los decrecimientos en los retornos a la educación superior en Colombia. En consecuencia el crecimiento económico catapultado por el PIB , así como el aumento de la Inversión directa internacional , no estuvo alineado

²⁴ Ministerio de Educación Nacional de Colombia.

con el jalonamiento del empleo, lo que podría redundar en un exceso de oferta laboral, que concuerda con los descensos en las remuneraciones. De ahí que esto pudo ser nivelado con el acrecentamiento en los años de estudio Farné y Vergara (2008).

Conclusiones

Los resultados indican que los egresados de la ciencia económica tanto hombres como mujeres en promedio, sus coeficientes están por encima de las gran mayoría de las profesiones. Exceptuando los biólogos, abogados, y legislación - gobierno. De igual manera los resultados evidencian que hay diferencias salariales entre hombres y mujeres egresados de esta profesión lo cual confirma lo que se ha divulgado ampliamente por la literatura especialidad frente al tema.

En el mismo sentido, los resultados indican que las variables relacionadas con la teoría del capital humano van en sintonía. En virtud que ha mayor número de años de escolaridad se evidencia mayor probabilidad de aumentar los salarios, lo cual también estaría en sintonía con la literatura especializada. Sin embargo es necesario aclarar, que dado los datos y que ya sería para otra investigación, no se especifica en donde trabaja el individuo que dice ser egresado de economía, así como no se establece en que año se graduó. No obstante los datos al ser del DANE y la forma de las preguntas que hacen van en concordancia.

Por otro lado, los resultados evidencian que existe jerarquización frente a los retornos a la educación. Lo cual se puede comprobar en que al ser egresado de economía, estos tienen mayores retornos que ser profesor o de las ciencias administrativas dado las diferencias tan significativas. Lo cual podría abrir otra investigación, en la cual se pueda demostrar empíricamente, que variables afectan tales retornos además de los sociales. Por ejemplo,

el salir de determinada universidad. Sin embargo estas propuestas estarían por encima de la presente investigación y como se dijo anteriormente serían otro proceso.

Bibliografía citada

ANIF. (2012). El comportamiento de la industria en 2011 y perspectiva. *ANIF*, 52-53.

ANDI. (Diciembre de 2012). INFORME. Obtenido de Colombia: Balance 2012 y perspectiva 2013: <http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/andi.pdf>

AVSI, ICU, & Monserrate. (2008). *AVSI*. Recuperado el 26 de Febrero de 2013, de Ministerio de asuntos exteriores italiano: <http://www.avsi.org/documenti/CapitalHumano.pdf>.

Barceinas, F., Alonso, O., Bara, L., y Roig, J. (2001). Hipótesis de señalización frente a capital humano. *Revista Economía aplicada* (en prensa). Barcelona. 2001. Recuperado el 25 de octubre de 2013 de <http://www.etla.fi/PUE/REA.pdf>.

Barón, J. (2010). Primeras experiencias laborales de los profesionales colombianos: probabilidad de empleo formal y salarios. Documentos de trabajo sobre Economía regional. Núm: 132, 1-39.

Becker, G. (1983). *El Capital Humano: un análisis teórico y empírico referido fundamentalmente a la educación*. Alianza editorial. Madrid.

Becker, G. (1964). *Human Capital*. Columbia University press. New York. Segunda edición.

Becker, G., Murphy, K., y Tamura, R. (1990). *Human Capital, fertility, and economic growth*. NBER working papers No 3114. National bureau of economic research. Cambridge. 1-18

- Becker, G (2003). Capital Humano en la nueva sociedad. Presentación en la Fundación DMR. Recuperado el 15 de Septiembre de 2012 de <http://www.fundaciomr.org/textos/conferencias01d.html>
- Behrman, J. (1999). Social mobility: Concepts and Measurement. En *New Markets, New opportunities?: Economic and Social Mobility in a Behrman, Jere R.*
- Behrman, J., Birdsall, N., y Székely, M. (1998). Intergenerational schooling Mobility and Macro Conditions and Schooling Policies in Latin America. Working paper N° 386. Inter-American Development Bank.
- Brusoni, S. Cefis, E. y Orsenigin, L.(2006).Innovate or die? A critical review of the literature on innovation and performance. Working paper 179.Centro di Ricerca sui Processi di Innovazione e Internazionalizzazioni.Università Commerciale Luigi Bocconi.
- Cardona, M., Montes, I., Vásquez, J. J., Villegas, m., y Brito. (2007). Capital humano:Una mirada desde la educación y la experiencia laboral. *Cuadernos de investigación* , 1-40.
- C.P.C. (2011-2012). Consejo privado de competitividad. Obtenido de Informe nacional de Competitividad: <http://www.compite.com.co/site/wp-content/uploads/2011/11/Resumen-ejecutivo.pdf>.
- DANE. (21 de Noviembre de 2011). Boletín de prensa. Obtenido de Género 2011: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/especiales/genero/bol_genero_2011.pdf
- Davivienda. (2012). Informe de mercado laboral 2012. Obtenido de DAVIVIENDA: <https://www.davivienda.com/wps/wcm/connect/e6842eb3-5c4a-474f-b209->

[6e2d3229f8e7/Mercado+Laboral+2012.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=e6842eb3-5c4a-474f-b209-6e2d3229f8e7](http://www.semana.com/nacion/articulo/protestas-por-reforma-la-salud/362816-3).

Escobar, C. (29 de Octubre de 2013). Trabajadores de la salud ponen en jaque a la reforma.

Obtenido de Semana.com: <http://www.semana.com/nacion/articulo/protestas-por-reforma-la-salud/362816-3>.

Farné, S., y Vergara, C. (2008). Los Profesionales Colombianos en el siglo XXI, ¿Más Estudian, Más Ganan? en: Cuadernos de Trabajo No. 10, Universidad Externado. Octubre.

Farné, E. (2006). El Mercado de Trabajo de los Profesionales Colombianos. Boletín del Observatorio del Mercado de Trabajo y la Seguridad Social, N° 9.

Finnie, R., y Frenete, M. (2003). Earning differences by major field of study: evidence from three cohorts of recent Canadian graduates, *Economics of Education Review*, 22, 179-192

Forero, N., y Ramírez, M. (2008). Determinantes de los ingresos laborales de los graduados universitarios durante el periodo 2001-2004. Serie documentos de trabajo, 1-53. Obtenido de Universidad del Rosario. Facultad de Economía.

Freire, M., y Terjeiro, M. (2010). Las ecuaciones de Mincer y las tasas de rendimiento de la educación de Galicia. Capítulo 14 en *Investigaciones de Economía de la educación*. Vol 5, 285-304.

Galvis, L. (2010). Diferencias salariales por género y región en Colombia: Una aproximación con regresiones cuantiles. Documentos de trabajo sobre Economía regional. Núm. 131,1-59

- Gaviria, A., y Székely, M. (2001). Intergenerational Mobility in Latin America. Documentos de trabajo N° 25. FEDESARROLLO. Working Papers Series. Santafé de Bogotá, Colombia.
- Gomez y Barbosa. (2014). Situación laboral de los docentes colombianos desde la perspectiva del capital humano.2009-2012. Tesis de grado de Maestría. Universidad de la Salle.
- Harmon, C. Walker, I. y Westergaard-Nielsen, N. (2001) Education and earnings in Europe.A cross country analysis of return to education. Cheltenham: Edward Elgar
- Hansen, J. (2006). Returns to University Level Education: Variations Within Disciplines, Occupations and Employment Sectors. Human Resources and Social Development Canada.
- Heckman, J. (1979). Sample Selection Bias as a Specification Error. *Econometrica* 47(1).153-161.
- Isaza, J. (2013). Occupational Segregation, Gender Wage Differences and Trade Reforms Empirical Applications for Urban Colombia. Tesis Doctoral, Departamento de Economía, Universidad de Sussex. Brighton, Reino Unido. Disponible en: <http://sro.sussex.ac.uk/44798/> -último acceso: 21/11/2013.
- Isaza, J., y Reilly, B. (2011) Selection effects, segregation and gender wage differences: evidence from Urban Colombia. Cuadernos de Economía de la Universidad de La Salle CE-03 11 (Marzo). Bogotá, Universidad de La Salle.
- Isaza, J. (2003). Women workers in Bogota's informal sector: gendered impact of structural adjustment policies in the 1990s. Tesis para optar el título de Magíster en Estudios de Desarrollo del Instituto de Estudios Sociales de The Hague-Holanda. Archivos de Economía.

- Isaza, J. (2002). Women Workers in Bogotá's Informal Sector: Gendered Impact of Structural Adjustment Policies in The 1990s. *Planeación y Desarrollo*, XXXIII, 411-468.
- Kendrick, J. (1974). The accounting treatment of human investment and capital, the review
- López, C. (11 de Agosto 2014). Fracasó la Ley 100. Obtenido de portafolio.co .Recuperado de <http://www.portafolio.co/opinion/fracaso-la-ley-100>.
- López, E., Ávila, A., y Méndez, G. (14-16 de Septiembre de 2011). Dinámica del mercado laboral colombiano: un análisis de políticas de empleo aplicando dinámica de sistemas. Obtenido de *La Dinámica de Sistemas: Un Paradigma de Pensamiento*. 9º Encuentro Colombiano de Dinámica de Sistemas .Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario: http://www.urosario.edu.co/urossario_files/f2/f2b83f44-2e1e-4d71-878e-d8d53b106d94.pdf.
- Mincer, J. (1974). *Schooling, Experience and Earnings*, National Bureau of Economic Research, New York.
- Mincer, J. (1970). The distribution of labor incomes: A survey. *Journal of economics literature*. 8. 1-26.
- Mincer, J. (1958). Investment Human capital and personal income distribution, *Journal of political economy*. 66.281-302.
- MEN. (Abril de 2012). *Ministerio de Educación Nacional*. Obtenido de Educación Superior: http://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-92779_archivo_pdf_Boletin20.pdf
- Marshall, A (1890/1922) *Principals of economics*. Macmillan. New York.

McConnell, Campbell; Brue, Stanley y MacPherson, David. (2003) Economía laboral. Sexta edición. Madrid. Mc Graw Hill.

Medina, C. (Julio de 2009). *FEDESARROLLO*. Obtenido de Algunos avances y retos en la educación superior en Colombia : <http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Debates-de-Coyuntura-Social-No-28.pdf>.

Mortara, G. (1920) Lezioni di statistica económica e demográfica .Roma OECD (1998) Human capital investment. An international comparison. Paris. UNESCO Press.

O.L.E. (20 de abril de 2012).Capital Humano para el avance colombiano. Educación Superior Boletín 20. Recuperado el 9 de Agosto de 2014 de http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-92779_archivo_pdf_Boletin20.pdf.

O.L.E. (2011).Presentación de la Ministra de Educación .María Fernanda Campo Saavedra .Observatorio Laboral para la Educación: Seguimiento a los graduados de la educación superior en los últimos 10 años. http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/articles277950_presentacion_ministra.pdf. Última revisión 04 de Mayo de 2014.

Pabón, L. (2004). Universidad de los Andes. Facultad de Economía. Tesis de grado. Recuperado el 4 de Septiembre de 2012, de Rentabilidad de la formación de capital humano en el sector formal e informal y diferencias salariales: http://economia.uniandes.edu.co/estudiantes/premios/Premios_a_los_mejores_trabaj

- os/premios_a_los_mejores_trabhttp://economia.uniandes.edu.co/estudiantes/premio
s/Premios_a_los_mejores_trabajos/premios_a_los_mejores_trabajos_2004.
- Páez, I. (2012).Capital humano, redes externas e innovación en la industria colombiana. *Revista estudio gerenciales*. Edición especial. 81-107.
- Robledo, J. (11 de Agosto de 2014). La peor reforma a la salud desde la Ley 100 Obtenido de La patria.com de <http://www.lapatria.com/columnas/la-peor-reforma-la-salud-desde-la-ley-100>.
- Rovirosa, E. (2008). La carrera de economista. Conferencia en la facultad de Ciencias Políticas, UABC. Mexicalli, BC 15 de Abril de 2008. Recuperado el 5 de marzo de 2014 de http://www.bajaeco.com/presentaciones/carrera_economista.pdf.
- Salas-Velasco, M. (2001). Determinantes salariales en el mercado laboral de los títulos universitarios. Murcia: X jornadas de la EDE. Universidad de Murcia.
- Santamaría, M. (Julio de 2009). *FEDESARROLLO*. Obtenido de El Observatorio Laboral para a Educación (OLE): importancia, algunos resultados y utilidad futura: <http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Debates-de-Coyuntura-Social-No-28.pdf>
- Schultz, W. (1961). Investment in human capital. *The American economic Review* Vol. 51. No 1.1-17.
- Schultz, W. (1960). Capital formation by Education. *The journal of political economy*. Vol 68. No 6. 571-583.
- Tenjo, J., y Herrera, P. (Enero de 2009). Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Economía. Recuperado el 4 de Septiembre de 2012, del primer ensayo: ¿existe discriminación salarial por género y etnia en Colombia? resultados preliminares :

http://www.javeriana.edu.co/fcea/pdfs_depto_economia/paper_2009_02_dos_ensayos_sobre_discriminacion.pdf.

Tenjo, J., Ribero, R., y Bernat, L. (2002). Pontificia Universidad Javeriana. Evolución de las diferencias salariales por sexo en seis países de América Latina. Recuperado el 10 de Octubre 2012. Colección Documentos de Economía N°1. De http://www.javeriana.edu.co/fcea/area_economia/inv/DocumentosdeEconomia2002.htm, Octubre 05 de 2008.

HIPÓTESIS DE TRABAJO

Si bien el nivel educativo y, por ende el capital humano, han mostrado una mejora sustancial en las últimas tres décadas, los niveles salariales y la duración media de la jornada laboral de este tipo de trabajadores han mostrado un deterioro durante este período (2008 – 2012).

OBJETIVO GENERAL

- ❖ Analizar la situación laboral de los docentes en Colombia y su evolución entre 2008 y 2012 desde la perspectiva del Capital Humano.

JUSTIFICACIÓN

El Decreto 272 de 1998 del Ministerio de Educación Nacional de Colombia establece la regulación para la formación de los educadores colombianos como especificaciones en lo concerniente a la calidad de los mismos (Calvo, 2007). En el mismo sentido es de acotar que en este campo laboral incursionan profesionales de otras formaciones. Por

consiguiente, el cúmulo de profesionales que laboran en este sector, de acuerdo con Calvo (2007) son de 409.370, de esos 282.249 están en el sector oficial y 127.121 en el no oficial. Ahora bien, desde lo dicho anteriormente y concatenándolo con los salarios que percibe este gremio, hay varias investigaciones sobre este tema. Hay estudios que señalan que los ingresos de los docentes van de acuerdo a su capital humano o que hay otras variables que repercuten en sus ingresos del orden socioeconómico y sociocultural (Liang 1999; Limarino 2005; Mizala 2006), así como algunos trabajos que enfatizan un deterioro progresivo en las relaciones laborales como los ingresos para este grupo de trabajadores (De Moura y Loschpe 2007; Duthilleul 2006 –referenciados en Calvo, 2007). Del mismo modo, están las investigaciones que se encuentran en ambas posiciones (Martínez, 2006 y Barón 2010). No obstante, para el caso colombiano las indagaciones sobre el tema del trabajo son bastante limitadas ya que estas investigaciones miran otras variables o simplemente relacionan las variables sin alcanzar a dimensionar esta relación entre el capital humano con los salarios de los docentes. Barón y Bonilla (2011), Bonilla y Galvis (2011), Gaviria y Umaña (2002).

Por consiguiente, es necesario entender cómo explicar y ampliar, los conceptos que tienen hasta el momento la economía de la educación, así como medir y explicar el capital humano de los docentes colombianos y si esta teoría se vislumbra en los salarios de los mismos.

TIPO DE ESTUDIO

Estimación de un modelo micro econométrico de tipo Mincer (1974) bajo diferentes especificaciones en dónde los retornos a la educación se modelan de acuerdo con diferentes supuestos.

VARIABLES

Para el modelo de los datos de la Encuesta de Hogares es:

(1a)

Donde $\ln y_i$: representa el ingreso de los asalariados docentes en forma logarítmica.

Exp mide la experiencia del trabajador.

Pri muestra el nivel de primaria.

Sec mide el nivel de secundaria.

Uni refleja muestra los años universitarios

Esp representa el grado de Especialización.

Ma refleja el grado en Maestría.

Phd muestra el Doctorado.

Profe representa a las profesiones

K es el número de profesiones.

ϵ_i es el error estandar del modelo

POBLACIÓN OBJETIVO

El trabajo utiliza dos fuentes de información. Uno es el Observatorio Laboral para la Educación del Ministerio de Educación Nacional en el cual la Base de Graduados muestra la información para todos los individuos de ambos sexos que alcanzaron un título de una institución de educación superior registrada ante el ministerio entre los años 2008 y 2012. Una segunda fuente son los Micro datos de la Encuesta de Hogares del mismo periodo ya que desde el ámbito científico, las encuestas son una herramienta ventajosa de

conocimiento de los fenómenos sociales y en ese sentido son ampliamente utilizadas en la investigaciones de la Economía Laboral. Con un total de 1066 Observaciones.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Galvis y Bonilla (2011) exponen que los estudiantes de algunas regiones colombianas tienen preelaciones sobre otras ciudades o regiones cuando sus docentes están mejor preparados y con mejores salarios. —Lo anterior implica que el acceso a la educación de calidad no es aleatorio (Galvis y Bonilla 2011,p.24) sino que tiene estas contingencias para los estudiantes. Al mismo tiempo estimaron que los docentes con determinadas características socio-demográficas afectan positivamente el incremento de docentes con postgrados. Ahora bien, desde el punto de vista del gasto público, los municipios, ciudades y regiones que aumentan sus costos salariales entre otros, tienen acceso a docentes mejor capacitados pero no quiere decir que sea lineal, es decir, que con mejores incentivos económicos para las instituciones y los docentes se tendrán mejores procesos de calidad educativa. (Galvis y Bonilla 2011,p.25). Sin embargo, en el mismo documento no amplía la importancia de los salarios de los docentes, de ahí que en otro trabajo investigativo Gaviria y Umaña (2002) interpretan sus resultados indicando que los docentes públicos ganan más que los asalariados parecidos socio-demográficamente, que los docentes que están en el sector privado reciben mejores ingresos salariales, y que los docentes públicos relativamente hablando, ostentan mejores condiciones laborales que en comparación con sus correligionarios para la década de 1990 en Colombia. Con el mismo propósito Salas-Velasco, (2001) proclama que al estimar disímiles ecuaciones de ingreso, se evidencia que la demanda de trabajo con su lineamiento salarial, tiende a alzas en las tasas de rendimientos de educación, las cuales son sesgadas. Por el contrario, Atehortua (2007)

deduce que en el largo plazo hay una relación positiva entre los retornos de la educación con la tasa de desempleo e inversamente con la inflación. De igual manera, que con la apertura económica de 1990 en Colombia, los retornos en la educación para el caso específico de la tesis Bogotá, aumento.No obstante en los mismo estudios que represnetan la economía de la educación en Colombia vuleven en dejar a un lado el capital humano de los docentes donde llegan críticas de otras disicplinas como los estudios de la profesora Calvo quien enfatizó con respecto a la remuneración de los docentes y su capacitación, que hay varias problemáticas, desde el orden de los imaginarios construidos respecto al oficio, como que —pareciera que cuidando la formación,se garantizaría la profesionalidad docente, así en los imaginarios la docencia sea tenida como un oficio de pobres ,mal valorado y mal pagado,sencillo y que requiere habilidades mínimas|(Calvo, 2007,p.17).Siguiendo con el tema de la remuneración, la autora les hace una crítica fuerte a Liang (1999) y Limarino (2005), ya que estos explican en sus estudios que —los maestros ganan 5% más que otros profesionales|. (Calvo, 2007,p.18) a lo cual la autora no esta de acuerdo dado que los economistas de la educación se les olvida —que una hora de docencia lleva detrás muchas horas de preparación y muchas horas posteriores de trabajo. Faltaría entonces, calcular cuántas son las horas efectivas que constituyen la jornada laboral de un docente. Un cálculo de tal naturaleza daría otros porcentajes cuando se compara la estructura salarial del magisterio con otras profesiones| (Calvo, 2007,p.18) así como la rotación tan fuerte que existe en el sector. Finiquitando, que es necesario replantear los salarios de los docentes como la profecionalización de los mismos, para desarrollar una capital humano como una calidad educativa mucho mas acorde con las exigencias del país.Por consiguiente la pregunta problema es ¿Cuál es la situación laboral de los docentes en Colombia y su evolución entre 2008 y 2012 desde la perspectiva del Capital Humano?

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Atehortua, I. (2007). *Análisis de las diferencias en ingresos de los asalariados en Bogotá desde la perspectiva de la teoría del capital humano y su entorno macroeconómico entre 1984-2004*. Bogotá: Universidad de la Salle. Tesis de grado.
- Barón, J. D. (2010). Primeras experiencias laborales de los profesionales colombianos: probabilidad de empleo formal y salarios. *Documentos de trabajo sobre Economía regional*. Núm:132, 1-39.
- Barón, J. d., y Bonilla, I. (2011). La calidad de los maestros en Colombia: desempeño en examen de Estado del ICFES y la probabilidad de graduarse en el área de educación. *Documentos de trabajo sobre de Economía regional*. Núm:152. Pàg 1-35
- Galvis, L. y Bonilla, L. (2011). Desigualdades en la distribución del nivel educativo de los docentes en Colombia. *Documentos de trabajo sobre de Economía regional*. Núm:151, 1-23.
- Gaviria, A. y Székely, M. (2001). Intergenerational Mobility in Latin America. Documentos de trabajo N° 25. FEDESARROLLO Working Papers Series. Santafé de Bogotá, Colombia.
- Gaviria, A., y Umaña, C. (2002). Estructura salarial de los docentes públicos en Colombia. *Fedesarrollo*, 103-120.
- Gómez, D. (2007). Fundamentos Ético económicos en los planes de educación en Colombia entre 1990 -2006 en Colombia. Tesis de grado para optar el título de economista. Universidad de la Salle.
- Liang, X. (1999). -Teacher pay in 12 Latin American Countries: How does teacher pay

Compare to other professions, what determines teacher pay, and who are the teachers?|| *World Bank LCSHD Paper Series*, No. 49

Limarino, W. (2005). —Are Teachers Well Paid in Latin America and the Caribbean?|| in *Incentives to Improve Teaching – Lessons from Latin America*. 63:102. Vegas: ed., 3.

Mizala, A. (2006). Salarios docentes en América Latina||, en E. Tenti (Comp.) *El oficio de docente: vocación, trabajo y profesión en el siglo XXI*. 275-287. Avellaneda: Siglo XXI.

Diversidad cultural para promover el desarrollo de habilidades sociales en educación superior

Dra. Sonia Duran.

Soniaduran547@hotmail.com.

Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela.

Msc. Margel Parra.

Corporación Universitaria de la Costa. Barranquilla Colombia.

RESUMEN

El estudio pretende destacar la importancia del manejo de la diversidad en las instituciones de educación superior, con el objetivo de promover el desarrollo de las habilidades sociales en los estudiantes. La idea es integrarlos a los procesos internos, tanto académicos como los ejes transversales, sustentados en estas actividades los alumnos puedan socializar en función de compartir sus ideas, inquietudes y conocimientos fomentando procesos reflexivos, generando el conocimiento del comportamiento deseable en un contexto determinado. La metodología aplicada fue descriptiva y documental bibliográfica destacando las temáticas diversidad cultural y habilidades sociales como ejes principales. Las conclusiones sugieren analizar los problemas de competencia social, en estudiantes en forma general, suscitando un repertorio con las conductas y habilidades necesarias para actuar en una determinada situación interpersonal. Asimismo se requiere aplicar reforzamiento, promover los modelos apropiados para estimular al estudiante universitario, generando las oportunidades de aprendizaje social, tomando como base la diversidad cultural.

Palabras Claves: Diversidad Cultural, Habilidades Sociales, Socialización.

INTRODUCCION

El estudio de la diversidad, desde la perspectiva de la educación superior tiene como objetivo concienciar a las personas sobre la composición de la sociedad desde conocimientos profundos de los individuos, en términos de culturas o visiones de mundo, a las cuales corresponden no sólo diversas comidas, danzas y vestuarios, sino también diferentes sistemas de valores, diversas acumulaciones de saberes, distintos modos de producción de conocimiento y diferentes modalidades de aprendizaje; la idea fundamental es valorar todo un rango de diferencias físicas, culturales e interpersonales que traen consigo la solución del problema, potenciando la creatividad en todas las actividades, incluidas las laborales.

La idea primordial en el estudio de la diversidad es poner énfasis en lograr objetivos, los cuales se distinguen por el valor de la misma, de esta manera tratar de mejorar la calidad de vida de los individuos, haciendo las culturas organizativas más atractivas para individuos de características muy diferentes. Esto origina que la diversidad haya sido estudiada desde diversas ópticas, abarcando perspectivas muy amplias, en ellas se integran varios aspectos hasta aproximaciones más reducidas centradas en factores muy concretos. En este orden de ideas, la diversidad se refiere a las características humanas que hacen a las personas diferentes una de otra.

En este orden de ideas, Triandis (2005) considera que la diversidad está constituida por las diferencias de etnias, razas, género, creencias religiosas, orientación sexual, discapacidad, edad, nación de origen, y perspectivas culturales y personales, para conceptualizarla se debe incluir un conjunto muy variado de factores dados por su propia esencia, los cuales

deben reflejar aspectos muy distintos de la actitud y comportamiento de los individuos, como un reflejo de las variables demográficas, de comportamiento cultural, actitudes, normas y valores existentes en la sociedad.

Bajo este contexto, la diversidad en las instituciones, se producirá cuando las características socioculturales que definen a la sociedad en la cual la empresa actúa, se reflejan en los individuos que la integran. Para Herriegel y Sloucum (2009) la competencia del manejo de la diversidad se refiere a la habilidad global para apreciar las características distintivas de los individuos y de los grupos, se deben adoptar tales características como fuentes potenciales de fortaleza organizacional, además apreciar la peculiaridad de cada individuo. Aunado a las opiniones anteriores, las investigadoras consideran que el nuevo modelo de la sociedad actual asume las corresponsabilidades de gestión de los individuos, poniendo de manifiesto la necesidad de cambiar el enfoque bajo el cual se han ido gestionando los aspectos relacionados con las personas, basándose en las características que describen la diversidad de los miembros del grupo.

Bajo este contexto, se percibe la necesidad de promover desde la gestión de la diversidad el desarrollo de las habilidades sociales de los estudiantes universitarios, como un lineamiento para su proceso de interacción social, que a su vez lo involucre al campo laboral. Dentro de este marco, se asume la diversidad como un aspecto clave para direccionar los líderes y ser mucho más exitosos.

-Diversidad cultural fuente de ventaja competitiva

En opinión de Mato (2009), el desarrollo de políticas y programas educativos universitarios exige comprender los factores que explican la diversidad de modelos institucionales y

propuestas educativas existentes. En este sentido se debe contribuir a la comprensión de esa diversidad de contextos, políticas y experiencias de vida.

Asimismo, desde la diversidad se debe hacer visible estas experiencias más allá de sus contextos inmediatos, para que puedan ser apropiadamente valoradas y tomadas en cuenta como referencia por otras IES. Así como brindar elementos de juicio que permitan avanzar en la valorización de la diversidad cultural y el desarrollo de formas de interculturalidad socialmente equitativas y académicamente provechosas en todas las instituciones de educación superior.

Por otro lado es necesario sentar bases confiables para proyectar y formular acciones coherentes dirigidas a diversas instancias locales y nacionales. Bajo este contexto, de la historia no podemos ignorar que estos procesos se han convertido en un legado histórico cultural, su origen está asociado al pasado colonial sobre el cual se construyeron las sociedades republicanas a partir del siglo XIX.

Dado que actualmente uno de los más significativos e importantes desafíos a los cuales se enfrentan las organizaciones es el hecho de adaptarse a gente que es diferente, en normas, valores, culturas; pero además se puede asumir como un lineamiento de composición demográfica, tales como género, edad, nivel educativo, entre otros. Dentro de este marco el estudio de esta diferenciación se denomina diversidad cultural asociado a lo laboral. Ello significa que las organizaciones se están volviendo más heterogéneas en función de sexo, raza y grupo étnico (mujeres, discapacitados, homosexuales, entre otros).

En este orden de ideas, Amoros (2007) sostiene que la globalización afecta, por lo menos en dos formas, las habilidades personales para el trato con la gente. La primera referida a la probabilidad de alguna actividad en el extranjero u otra ciudad; es decir los individuos podemos emigrar a otro país u otro estado. Una vez allí, conocer individuos, forma de vida,

normas, costumbres y jerarquía de valores probablemente muy distintos en necesidades, aspiraciones y actitudes a las cuales estaba acostumbrado en su país o ciudad.

En segundo lugar, aún en la misma ciudad hay personas, compañeros, docentes, jefes y subordinados nacidos o criados en diferentes culturas. Generándose una situación difícil. Sin embargo en la actualidad la composición, pero más aún la visión de las instituciones y de la sociedad, está cambiando, se está reflejando una mayor heterogeneidad de la población que accede a la educación superior, dándose la oportunidad de ingresar al campo laboral.

Ello permite incorporar a personas con habilidades, experiencias y puntos de vista diferentes, permitiendo aumentar su competitividad en el mercado. Para, Landy y Conte (2005) las organizaciones que aprenden a manejar con eficacia la diversidad (sexo, raza, pertenencia a etnias, edad, salud, preferencias sexuales y semejantes) ganarán la competencia en la contratación y conservación de aquellos individuos que son diferentes. Tales organizaciones deben cambiar las políticas de dirección de recursos humanos para conseguir la mejor integración de la fuerza de trabajo.

Aunado a ello, se puede asumir que las organizaciones se han adjudicado la responsabilidad de tener una variedad de diferencias personales en el trabajo, orientándose a un tratamiento equitativo, promoviendo la tolerancia, el respeto, además de adoptar la diversidad como un recurso para generar valor agregado. el concepto de diversidad cultural va más lejos, en el sentido de que considera la multiplicidad de las culturas en una perspectiva sistémica donde cada cultura se desarrolla y evoluciona en contacto con otras, es decir, es un pluralismo dinámico, en las universidades.

-Manejo efectivo de la diversidad cultural desde sus características.

La diversidad cultural conlleva costos y preocupaciones, incluyendo las dificultades en la comunicación, conflictos al interior de las organizaciones, por ende se debe fomentar el manejo efectivo de la diversidad cultural lo cual significa un reto significativo para las instituciones de los últimos tiempos. Bajo este contexto, las fuentes de la diversidad o de las características propias de cada persona pueden ser muchas, atendiendo a estas consideraciones, Gómez, Balkyn y Cardyn (2008), sostienen que las fuentes de la diversidad o de las características propias de cada persona pueden ser muchas, pero en general pueden ser agrupadas en dos categorías:

Las características individuales sobre las cuales las personas no ejercen ningún control; incluyen determinadas características biológicas como la raza, el género la edad, ciertos atributos psicológicos, la familia y la sociedad en la cual se crió. Estos factores ejercen una poderosa influencia en la identidad del individuo y afecta directamente en cómo una persona se relaciona con los demás.

En una segunda categoría están las características que la persona adopta, rechaza o tiende a modificar durante su vida con elecciones conscientes y esfuerzos deliberados. Estas incluyen: antecedentes laborales, ingresos económicos, estado civil, experiencia militar, creencias políticas, ubicación geográfica y educación.

En el mismo orden de ideas Herriegely Sloucun(2009), considera que la diversidad se subdivide en categorías primarias, aquellas que son genéricas afectan la autoimagen y la socialización de una persona, en ellas los individuos tienen relativamente poca influencia. Categorías secundarias, características aprendidas que un individuo obtiene, además tiende a modificar durante su vida. A continuación se describen las características (Ver cuadro 1).

Cuadro 1

Características de la Diversidad Cultural

Categorías	Característica	Descripción
<p>Categorías primarias</p> <p>Afectan la autoimagen y la socialización de una persona, en ellas los individuos tienen relativamente poca influencia.</p>	Edad:	Número de años que una persona ha vivido y la generación de la que forma parte (por ejemplo, nacidos en la época de la depresión, en la de la explosión demográfica o generación X).
	Raza:	Agrupamientos biológicos de la humanidad que se manifiestan en diferencias físicas superficiales, como forma de los ojos o color de la piel. La raza representa menos de 1% de las diferencias en la herencia genética de una persona.
	Grupo étnico:	Identificación con un grupo que comparte tradiciones y patrimonio culturales, entre los que se incluyen origen nacional, lengua, religión, alimentos y costumbres. Algunas personas se identifican mucho con estas raíces culturales; otras no.
	-Género:	Sexo biológico, según lo determinan los cromosomas XX (femeninos) o XY (masculinos).
	Habilidades y cualidades físicas	Una gama de características, como el tipo y tamaño de cuerpo, rasgos faciales, habilidades o incapacidades específicas, y talentos o

		limitaciones físicas y mentales, tanto visibles como no visibles.
	Orientación sexual	Sentimientos de atracción sexual hacia miembros del mismo sexo o del opuesto, como heterosexuales, homosexuales o bisexuales.
Categorías Secundarias.	Educación:	La capacitación y aprendizaje formales e informales del individuo.
Los individuos tienen	Estado civil	Situación de la persona, clasificada como soltera, casada, viuda o divorciada.
relativamente mayor influencia en ellas durante	Creencias religiosas:	Enseñanzas fundamentales recibidas sobre la divinidad y los valores adquiridos de prácticas religiosas formales o informales.
su vida, pues toman decisiones.	Ubicación geográfica	Sitio(s) en que una persona fue criada o pasó una parte significativa de su vida, incluidos los tipos de comunidades y áreas urbanas en contraste con áreas rurales.

Fuente: Duran.(2010), desde los preceptos teóricos de Herriegely Sloucum(2009).

Observando la cantidad de aspectos en los cuales la diversidad puede manifestarse, se puede concebir fácilmente que esta realidad cambia radicalmente la manera en la cual los grupos venían funcionando. Dentro de este marco, se refleja una mayor heterogeneidad de la población global, generando respeto, además de tolerancia a la diversidad en diferentes contextos, dando la posibilidad de que se incorporen a las organizaciones personas con

habilidades, experiencias y puntos de vista diferentes, entre estas organizaciones se incluyen las universidades.

En este orden de ideas, contar con una estrategia de diversidad brinda una mayor habilidad para competir en mercados que también se están volviendo —heterogéneos, se debe entender la diversidad desde la pluralidad. Una fuerza multicultural se traduce en una variedad de prácticas de innovación provenientes de la conexión entre grupos de distintas culturas, especialidades e industrias.

Es de destacar que la heterogeneidad racial asociada a las tensiones que primero procedieron de la esclavitud y más tarde de la masiva inmigración ocurrida en el país, pusieron de manifiesto un problema relevante, el cual posteriormente se iba a trasladar al mundo de las empresas.

La idea primordial en el estudio de la diversidad es poner énfasis en lograr objetivos, los cuales se distinguen por el valor de la misma, de esta manera tratar de mejorar la calidad de vida de las personas y sus familias, haciendo las culturas organizativas más atractivas para individuos de características muy diferentes. Bajo este contexto, la interculturalidad es concebida como un elemento base de toda sociedad globalizada constituida por diferentes, razas, sistemas de creencias, valores, religión, entre otras.

-Aportes de la Diversidad cultural para el involucramiento en Educación superior.

En los últimos años, la diversidad cultural e interculturalidad han ampliado su campo de aplicación más allá de las diferencias culturales asociadas a ideas de etnicidad y raza. Cabe destacar que sus usos sociales y una gran variedad de estudios realizados, incluyen referencias a ideas de culturas nacionales, religiosas, organizacionales, académicas, disciplinares, profesionales, de género, generacionales y tecnológico-comunicativas (orales,

escritas, digitales, entre otras). En este orden de ideas, se debe tomar en cuenta el modelo de ética de las decisiones, adaptado en particular al modelo educativo, para alcanzar una mejor comprensión del proceso, asociado a los siguientes aspectos:

- a) Tomar en cuenta el contexto sociocultural de la institución, de sus estudiantes: el sistema político, las normas religiosas, además la diversidad.
- b) El entorno ético-deontológico: la profesionalización, los códigos de ética, sistemas de valores implícitos.
- c) La realidad institucional: la cultura, la actualización de las propuestas y las restricciones institucionales, el comportamiento de la comunidad educativa.

La propuesta educativa en América Latina visualiza a un estudiante capaz de ser proactivo, que tome la iniciativa para la resolución de problemas, a su vez aporten diversas perspectivas de desarrollo profesional, de esta manera la sociedad y las familias contarán con personas que tomen iniciativas y hagan honor a la diversidad. Tomando en cuenta el contexto educativo se debe promocionar la función orientadora del docente concibiéndola como una función suplementaria del programa académico.

En tal sentido, la visión desde la interculturalidad, pasa a ser un proceso concebido coherentemente y sistematizado; donde la intervención ha de ser evolutiva, diferencial, motivadora, fomentadora de la participación activa del alumnado involucrando a los distintos agentes significantes. Visto así, si cada ciudadano, desde sus contextos, reconocerá la diversidad como una fuente que permite conocer un sinnúmero de características particulares de cada persona sin duda la sociedad sería totalmente diferente, enmarcada sobre todo por el respeto y la tolerancia, a partir de una imagen creada en el ámbito educativo por el alumno, una imagen distinta, diferente y diversa, así se formará en la educación inclusiva.

Aunado a ello, Maris Valenzuela (2009) considera que la igualdad no es un estado, ni un hecho, sino un principio que inspira nuestras propuestas y actos. No perdemos la perspectiva de reconocer que estamos situados de manera diferente en la sociedad. Lo importante es considerar la enorme diversidad, para que el aprendizaje sea posible en todas sus vertientes. Además la igualdad en la práctica es posible cuando se reconoce la diversidad como algo valioso, digno, legítimo, cuando se posibilita el desarrollo de aptitudes cualitativamente distintas entre uno y otros. Desde este lugar se crean alternativas válidas en función de la diversidad, se habilitan prácticas con sentido para todos los sujetos que transitan por las aulas escolares, se busca que las intervenciones sean significativas en función de los contextos socioculturales, que se pueda educar en la diversidad con hechos y acciones concretas, que no se desautorice el lenguaje de las familias de los alumnos.

Por otra parte, para Mato (2009), la interculturalidad en el ámbito de la educación intercultural, se percibe como portadora de un sentido positivo, dejando de lado el racismo y la desvalorización de diferencias culturales significativas, sus promotores se esfuerzan por construir lo que muchas de ellas caracterizan como —relaciones interculturales equitativas y de valoración mutua, a la vez que insisten en —valorizar la diversidad cultural.

Atendiendo a estas consideraciones, las Instituciones de educación superior deben estar orientadas para atender necesidades, demandas y propuestas de formación en educación superior de comunidades de más de un pueblo indígena, afrodescendiente y/o de otras adscripciones o identificaciones culturales, en las cuales se busca aprender de los saberes, modos de producción de conocimiento y modos de aprendizaje de varias tradiciones culturales, poniéndolas en relación.

Ellas a través de diversas modalidades, han logrado diseños curriculares innovadores que responden a necesidades, demandas y propuestas particulares de las poblaciones a las cuales dirigen su trabajo. Esto se expresa tanto en las «carreras» que ofrecen como en las modalidades de aprendizaje que ponen en práctica, así como en los tipos de relaciones con las comunidades que desarrollan.

La idea es que se han establecido metodologías y contenidos curriculares que permitan a los jóvenes valorar su cultura para preservarla e impulsar su desarrollo. Pero ello involucra también al docente, el cual debe ser conocedor de las representaciones iniciales de los alumnos, de sus saberes previos y de su contexto, a fin de estimularlos a conocer, comprender y valorar su propia comunidad, reforzar su autoestima e identidad personal y cultural.

Es fundamental que el docente en un contexto multicultural posea los suficientes elementos de análisis y reflexión de su propia práctica educativa, y de todos aquellos elementos intervinientes en la toma de decisiones institucionales, áulicas y comunitarias.

Los esfuerzos apuntan a la búsqueda de estrategias pedagógicas válidas, para otorgar una atención integral a las demandas educativas de una sociedad caracterizada por la existencia de distintos grupos sociales y/o étnicos. Las acciones que se vienen desarrollando son, entre otras, el análisis de las variables sociales, culturales y psicológicas y su tratamiento didáctico; la reflexión sobre la complejidad del proceso de enseñanza-aprendizaje; y la programación de la enseñanza desde una perspectiva científica y multicultural: saber qué se hará, cómo y por qué.

Dentro de este marco, la propuesta de enseñanza parte del sujeto que aprende en el contexto intercultural, considerando a este como espacio para el intercambio, que permite

recuperarla identidad personal y social, y compromete al ser humano en proyectos de cambio, confrontándolo con problemas para superarlos, crecer en autoestima y ser capaz de decidir sobre su propio destino.

Desde la perspectiva pedagógica donde el ser humano se construye como personalidad en interacción con el ambiente y la educación, se busca coordinar todo tipo de influencia externa en cantidad y calidad, ya que de las intervenciones educativas que reciba dependerá no sólo lo que es, sino la capacidad de ir aprendiendo y progresando en su desarrollo.

-Desarrollo de habilidades sociales. Respuesta al manejo efectivo de la diversidad cultural.

Los individuos están inmersos en un proceso continuo de desarrollo y aprendizaje, dado que nace genético y biológico de amplias posibilidades de desarrollo. No obstante, el medio ambiente donde se va desarrollando, es básicamente su medio social, tornándose como un ser social por naturaleza. De ahí surge el proceso orientado al desarrollo de las habilidades que permitan relaciones interpersonales satisfactorias y efectivas.

En este ámbito se destaca la necesidad de un proceso complejo que incluye aspectos cognitivos, afectivos, sociales y morales, a través de un proceso de maduración y aprendizaje con el medio social. El aprendizaje social sostiene que el funcionamiento psicológico y el desarrollo social responden a la interacción de múltiples factores ambientales, individuales y de conducta de la persona. En tal sentido el comportamiento interpersonal se aprende por asociación y por aprendizaje instrumental, siendo el refuerzo social uno de los reforzadores más poderosos para la adquisición y mantención de la conducta interpersonal.

A este respecto Matson, Rotatori y Hazel (1983) consideran que las habilidades sociales son comportamientos o tipos de pensamientos que llevan a resolver una situación social de manera efectiva, es decir, aceptable para el propio sujeto y para el contexto en el que está. Sostienen los mismos autores que a lo largo de la vida del ser humano, éste va adquiriendo una serie de habilidades que le permiten adaptarse al medio tanto educativo como social, estas habilidades hacen posible interactuar con otras personas y en ambientes educativos inciden en el proceso de aprendizaje.

Además las habilidades sociales deben considerarse dentro de un marco determinado, esto se debe a las marcadas diferencias que establece cada país, donde existen sistemas de comunicación distintivos, que van a tipificar la cultura: los hábitos, costumbres y la propia idiosincrasia crea con el pasar de los años, e influenciados por las situaciones externas.

En este sentido, se debe generar y propiciar la integración de los estudiantes a la filosofía de la institución siendo necesario comprenderla desde diferentes perspectivas y realidades, por lo cual se sugiere gestionar la diversidad, dado que en la actualidad, se habla de organizaciones multicolores, es decir, aquellas donde conviven y trabajan personas con diversidad racial, cultural, en las cuales se congregan diversos credos, ideologías, así como las diferentes costumbres.

Dentro de este marco, se puede afirmar que para la supervivencia y prosperidad en una sociedad heterogénea cada vez más compleja, las organizaciones deberían capitalizar la diversidad. Por ello, la habilidad social debe considerarse dentro de un marco cultural determinado, y los patrones de comunicación varían ampliamente entre culturas y dentro de una misma cultura, dependiendo de factores tales como la edad, el sexo, la clase social y la educación.

Además, el grado de efectividad de una persona dependerá de lo que desea lograr en la situación particular en la que se encuentre. La conducta considerada apropiada en una situación puede ser, obviamente inapropiada en otra. Uno de los medios más afectivos de aprendizaje es la conducta social.

En este sentido, Caballo, (2005) plantea que la capacidad de ejecutar una conducta de intercambio con resultados favorables (habilidades sociales) entraña una serie de factores, se refiere a la capacidad de ejecutar la conducta, la conducta en sí, el resultado y lo favorable de esta. La capacidad de ejecutar la conducta supone la posibilidad de realizar una acción, esta acción; que se revierte en la posibilidad de construir hechos se traduce en la persona en lo que constantemente se le llama actos.

De alguna manera ello implica y considera al ser humano como generador de actos propios o una voluntad de acciones. Para ello, se desarrollan ciertas destrezas, diplomacias, capacidad, competencias, y aptitudes, las cuales guardan una relación estrecha con el término social revelando una señal de acciones de un individuo con los demás y de los demás para con uno (intercambio). Este intercambio debería realizarse con resultados favorables.

Estas formas de relacionarse los seres humanos, estudiantes en este caso, conociendo las habilidades existentes, inciden en la capacidad o disposición para integrar nuevos conocimientos y experiencias, partiendo de la conciencia de este evento será posible aplicar programas dirigidos a estudiantes universitarios para optimizar su desarrollo integral. Promoviendo la comunicación interpersonal, como parte esencial de la actividad humana, en pro de maximizar las relaciones que establecemos con los otros. Sin embargo, esta comunicación en muchos momentos es escasa, frustrante e inadecuada

En este orden de ideas, Wilkinson y Canter (1982), citado por Caballo (2005) manifiesta que la habilidad social debe considerarse dentro de un marco cultural determinado, los patrones de comunicación varían ampliamente entre culturas y dentro de una misma cultura, dependiendo de factores tales como la edad, el sexo, la clase social y la educación. Además, el grado de efectividad de una persona dependerá de lo que desea lograr en la situación particular en la que se encuentre. La conducta considerada apropiada en una situación puede ser, obviamente inapropiada en otra. El individuo trae también a la situación sus propias actitudes, valores, creencias, capacidades cognitivas y un estilo único de interacción.

Por tal razón, el sistema educativo es considerado como el medio más propicio para desarrollar la capacidad creativa, y la integración de conocimientos, además de las habilidades sociales partiendo de los aprendizajes, la educación tiene por objetivo último el desarrollo integral del hombre, favoreciendo la actualización de todas sus potencialidades. En tal sentido los estudiantes universitarios se encuentran inmersos en un conjunto de interacciones sociales en el que además de producirse un cambio físico y psicológico importante en ellos, cobrará gran valor todo lo referente el ámbito de relaciones y de intercambio social.

Dicha situación se refuerza, en virtud de que en al ámbito universitario los individuos empiezan a ser más independientes de su familia, buscan su identidad a través de la identificación en su grupo social de iguales. Involucran relaciones con sus iguales, con personas mayores que ellos tales como padres y profesores, de quienes les separan una distancia cultural importante. Asimismo se van orientado a desarrollar determinadas actividades y procesos, aplicando las competencias requeridas para el cumplimiento de sus

actividades sociales, así como las de compromiso con la comunidad como lineamiento base de su desarrollo estudiantil.

Para Neswtron (2007), los grupos y equipos como ámbitos para el desarrollo de la creatividad, son muy importantes, pues ellos forman mini-culturas dentro de las instituciones, donde se juegan una gran cantidad de estímulos o bloqueos al fluir de ideas y acciones innovadoras. En tal sentido, cada persona puede ser creativa desde su estilo, desde su manera de pensar siempre y cuando sepa cómo integrarla con los estilos de los demás miembros.

En este ámbito, es importante poder distinguir las ideas, poder separarlas en inútiles y en explicables; el proceso de implementación requiere una importante cuota de técnica y disciplina y la aplicación de las ideas debe ser comprendida además de aceptada por el resto del grupo. Además, en cada persona hay un proceso de crecimiento y evolución donde se gana tolerancia a la diversidad, flexibilidad para escuchar distintos tipos de lenguaje, conocimiento de las diferentes necesidades que implica un proceso innovador y capacidad para saber cuáles son los aportes que la persona puede realizar desde su perfil de pensamiento particular.

Un aspecto relevante en virtud de la diversidad cultural es que las habilidades sociales dependen de los estímulos y refuerzos ambientales, sobre todo, sociales. Por ende es importante analizar la calidad de las relaciones interpersonales con los compañeros, los profesores, el ambiente educativo, la familia y la comunidad. Al abordar las dificultades de relación interpersonal es fundamental tener en cuenta el contexto en el que éstas se llevan a cabo. Una visión centrada únicamente en los déficits propios de sujeto ofrecería un análisis limitado de la génesis de los problemas de índole social así como de su forma de abordaje, tal como el entorno familiar, el entorno educativo y el entorno social.

Uno de los objetivos fundamentales de las instituciones educativas es convertir el currículo del aula en un elemento esencial de la respuesta educativa para todos los estudiantes partiendo de la diversidad cultural, en tal sentido, se plantea que en las situaciones de aprendizaje, el proceso de socialización puede proporcionar magnificas oportunidades para que los alumnos lleguen a conocerse, respetarse, preocuparse y apoyarse los unos a los otros, a la vez que aprenden destrezas académicas y habilidades sociales. Esto significa que muchas de las habilidades sociales y comunicativas que nos sirven para desenvolvemos en nuestro medio, aprender y tener una vida lo más independiente posible, se aprenden mediante los procesos de socialización con los compañeros y el involucramiento en diferentes contextos culturales y sociales.

CONSIDERACIONES FINALES.

La educación universitaria con sus particularidades en procesos integrales, ofrece ventajas deflexibilidad, diversidad y accesibilidad en el tiempo y el espacio, desde sus cimientos se promueve la idea de una educación reflexiva, permanente, capaz de responder a los retos suscitados desde el entorno en función del enriquecimiento continuo de los conocimientos y de las habilidades sociales.

Al mismo tiempo se originan ajustes necesarios relacionados con las evoluciones de la vida social, familiar y profesional, debe ser una estructuración continua de la persona humana, de su conocimiento y sus aptitudes, pero también de su facultad de sensatez y acción. En este sentido el desarrollo de las habilidades sociales debe permitirle al estudiante universitario tomar conciencia de sí mismo, así como de su medio ambiente, de esta manera desempeñar su función social en todos los ámbitos de su vida.

Consecuentemente las instituciones de educación superior ejecutarán actividades y procesos socioeducativos desde la perspectiva holística, siendo procesos integradores, los cuales han de completarse y coordinarse con el trabajo de los estudiantes en su contexto familiar, a fin de favorecer la generalización y la transferencia de lo enseñado en el contexto social.

Por otra parte, dichas instituciones deben pronunciarse con toda independencia y plena responsabilidad sobre los problemas éticos y sociales, fomentando estos aspectos bajo el precepto de autoridad intelectual que la sociedad requiere, para promover la reflexión, comprensión y acción. Bajo este contexto, la educación universitaria desde, para y en pro de la diversidad, provee de una gama posibilidades a los estudiantes que podrían dar una respuesta válida a los retos que el desarrollo de la sociedad ha impuesto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

Amoros Eduardo, Comportamiento organizacional. (2007).Universidad católica santo Toribio de Mogrovejo, Escuela de Economía México.

Caballo, V. (2005). Manual de evaluación y entrenamiento de las habilidades *sociales*. Madrid: Siglo XXI.

Delors Jaques. La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI. Santillana, Ediciones Unesco.

Duran Sonia Ethel. (2010). Diversidad Cultural y Socialización Organizacional del personal administrativo de las universidades privadas del municipio Maracaibo. Universidad

Dr. Rafael Belloso Chacín. Trabajo de grado para optar al título de Doctor. En Ciencias Gerenciales. Maracaibo. Venezuela.

Gardner, H. (2003). *Inteligencias múltiples*. Barcelona: Paidós.

Gilbert, D. G., y Connolly, J. J. (1995). Personalidad, habilidades sociales y psicopatología. Un enfoque diferencial. Barcelona: Omega.

Gómez Mejías Luis, Balkin David y Cardyn Robert (2008). Gestión de Recursos Humanos. Madrid, España: Editorial Pearson. Volumen 1, quinta edición.

Goleman, D. (2000). *La inteligencia emocional*. Barcelona: Kairós.

Herriegel Don, SlocumJonh, Comportamiento Organizacional, Décima Edición. Editorial THOMPSON. Año 2009. México. 460 pág.

Landy, Frank J. ConteJeffrey M. (2005). Psicología industrial. Editorial McGraw Hill. Primera Edición.

Maris Valenzuela Estela. (2009) Educación superior indígena en el centro de investigación y formación para la modalidad aborigen (cifma): génesis, desarrollo y continuidad. En Instituciones Interculturales de Educación Superior en América Latina. Procesos de Construcción, Logros, Innovaciones y Desafíos. **IESALC-UNESCO. Caracas Venezuela.**

Mato, Daniel; coordinador (2008) Diversidad cultural e interculturalidad en educación superior. Experiencias en América Latina. Caracas: Instituto Internacional de la

UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (UNESCO-IESALC).

Mato Daniel (2009) Educación Superior, Colaboración Intercultural y Desarrollo Sostenible/Buen Vivir. Experiencias en América Latina. Caracas: UNESCO-IESALC. Consultado en Enero de 2014.
www.iesalc.unesco.org.ve/dmdocuments/biblioteca/libros/version_final.

Mato Daniel (2009) Instituciones Interculturales de Educación Superior en América Latina. Procesos de Construcción, Logros, Innovaciones y Desafíos. **IESALC-UNESCO. Caracas Venezuela**

Matson, J. L., Rotatori, A. F. y Helsel, W. J. (1983). Development of a rating scale to measure social skills in children: The Matson Evaluation of Social Skills with Youngsters (MESSY). *Behavior Research and Therapy*, 21, 335-340.

Morín, Edgar (2007). **Globalización, Educación y Diversidad Cultural**. Disponible en: <http://www.paulofreire.org/biblioteca/maringlobal.pdf>.

Consultado en Enero 2014.

Newstrom James. (2007). Comportamiento Humano en el trabajo. Editorial Mc Graw Hill. México, Duodécima edición.

Triandis, H.C. (2005). Issues in individualism and collectivism research. En R.M. Sorrentino, D. Cohen, J. M. Olson y M. P. Zanna (Eds.): *Cultural and Social Behavior: The Ontario Symposium*, vol. 10. Mahawah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

-Wilkinson, J. y Canter, S. (1982). Social skills training manual: Assessment, programme design and management of training, Chichester: Wiley.

Modelo de Planeación Estratégica Personal aplicado en organizaciones educativas.

M.A.E. Adriana Luz María Montiel Ávila

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Instituto de Ciencias Económico Administrativas

Mtra. Gerarda Yolanda Hernández Callejas

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Instituto de Ciencias Económico Administrativas

Resumen

La Planeación Estratégica formal fue introducida por primera vez en algunas empresas comerciales a mediados de 1950. A partir de esa década la Planeación Estratégica se ha perfeccionado al grado que en la actualidad la mayoría de las organizaciones trabajan con base en este tipo de planeación y su aplicación se centra no sólo en el ambiente empresarial sino también en el área personal, de esta manera surge la Planeación Estratégica Personal la cual se define como la forma en la que una persona organiza su vida a largo plazo (Cinco, diez y más años). El modelo de la Planeación Estratégica Personal se integra con una serie de elementos, los cuales le dan un carácter sistemático, siendo: Análisis FODA, visión, misión, valores, objetivos y áreas funcionales. Es importante resaltar que el instrumento a través del cual se cristalizan los elementos antes enunciados se denomina —Plan de Vida y Carrera. El presente trabajo proporciona la aplicación del modelo de la PEP a los alumnos de la Licenciatura en Administración como parte de su formación integral.

Palabras clave: Planeación Estratégica Personal, Modelo, Plan de Vida y Carrera.

Introducción.

A partir de la segunda Guerra Mundial (1939-1945)) se ha acumulado un acervo de conocimientos acerca de la Planeación Estratégica, él cual ayuda a los directivos a introducir nuevos sistemas a las organizaciones y aumentar la efectividad de sus sistemas ya empleados. La Planeación Estratégica formal con sus características modernas fue introducida por primera vez en algunas empresas comerciales a mediados de 1950(Steiner. 2006).En esa época las empresas más importantes fueron principalmente las que desarrollaron sistemas de Planeación Estratégica, denominándolos sistemas de planeación a largo plazo. A partir de esa década la Planeación Estratégica se ha perfeccionado al grado que en la actualidad la mayoría de las organizaciones trabajan con base en este tipo de planeación.

La Planeación Estratégica se constituyó en un tema de moda en la literatura administrativa de los 80's su aplicación se centra fundamentalmente en la orientación de la empresa en el futuro, sin embargo su campo de utilidad se extiende a otras áreas fuera del mundo de los negocios y surge una aplicación importante: la Planeación Estratégica de la vida personal. Por Planeación Estratégica de la vida personal, se entiende la forma como una persona organiza su vida a largo plazo (Cinco, diez y quince años) y se cuestiona ¿Qué negocio es más importante que la empresa de la propia vida? (Zapata, 1989)

La presente ponencia es resultado del trabajo realizado como integrante del Grupo de investigación —Ciencias Administrativas y del Comportamiento‖ en su Línea de generación y aplicación innovadora del conocimiento (LGAIC) —Comportamiento organizacional‖ del Área Académica de Administración de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo y

del quehacer docente como titular de la Asignatura Plan de Vida y Carrera del Programa Académico de la Licenciatura en Administración.

Revisión de Literatura.

La Planeación Estratégica Personal (PEP) es un instrumento sistemático el cual permitirá emprender una transición integral, ordenada y motivadora entre lo que ahora sé es (Punto A) y lo que se desea ser en el futuro (Punto B), sin perder de vista en ese recorrido la existencia de oportunidades y amenazas.(Picazo, 2001)

Asimismo (Vargas, 2005) establece que la PEP es un proceso que enlaza experiencias del pasado y conocimientos del presente, a fin de proyectar el futuro mediante la formulación y realización de los objetivos de vida con las condiciones del entorno.

Con base en los autores Picazo (2001)), Castañeda (2012) y Covey (2010) el modelo de Planeación Estratégica Personal se integra con los siguientes elementos: Análisis FODA, visión, valores, objetivos y áreas funcionales.

El modelo de la PEP inicia con el análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), también conocido como DAFO (Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades). Técnica que permite identificar al ser humano tanto los factores internos denominados fortalezas y debilidades o áreas de oportunidad como los factores externos enunciados como oportunidades y amenazas, los cuales favorecen u obstaculizan su crecimiento y desarrollo. El FODA pretende buscar las medidas correctivas a la problemática detectada mediante el aprovechamiento de los factores de éxito. (Metzger & Donaire, 2007 y Tedesco, 2013).

En segundo término el modelo se integra por la visión la cual se conceptualiza como la imagen que la persona tiene respecto de sí misma en el futuro. Es el acto de verse en el tiempo y en el espacio. (Chiavenato, 2004) es decir significa mirar con los ojos de la

imaginación, en términos de lo que se quiere alcanzar o llegar a ser en el futuro. La visión debe crear la imagen viva como si ya se hubiera logrado el estado futuro que está representando aquella; por lo tanto mientras más claridad, detalle y vida tenga una visión, mejor podrá cristalizarse en una realidad. (Picazo, 2001)

Referente a la misión (Covey, 2010) la define como la filosofía o credo personales. La misión se centra en lo que se quiere ser (carácter), hacer (aportaciones y logros) y en los valores o principios que dan fundamento al ser y al hacer. En el individuo, el enunciado de la misión debe basarse en principios correctos, los cuales representen el mismo tipo de norma. Se convierte en una Constitución personal, es decir la base para tomar las decisiones importantes acerca de la orientación de la vida, y también de las decisiones cotidianas en medio de las circunstancias y emociones que afectan al ser humano y otorga a los individuos la misma fuerza intemporal en medio del cambio. Asimismo (Romo, 2006) indica que la misión permite: tener claridad en el rumbo de la vida, establecer objetivos a corto, mediano y largo plazo, Diseñar acciones estratégicas, evaluar avances, corregir desviaciones y construir el futuro.

Los objetivos se definen como un propósito, un plan, algo que se espera hacer. (Zig, 2002). La fijación de objetivos es un proceso de desarrollo personal el cual permite reflexionar y conocerse cuando se responde a preguntas fundamentales: ¿Qué quiero?, ¿A dónde deseo llegar?, ¿Por qué? y ¿Cómo puedo hacerlo? Los objetivos para la PEP se pueden clasificar en: Objetivos generales o propósitos y objetivos operativos o metas, los primeros se definen como la expresión que señala lo que se quiere lograr a largo plazo (Cinco, 10 ó más años) y son de carácter cualitativo. Los objetivos operativos o metas constituyen el evento futuro a corto o mediano plazo y constituyen un paso para llegar al objetivo general y son de naturaleza cuantitativa.

Respecto a los Valores son pautas de conducta o principios los cuales orientan la actuación de los individuos en las organizaciones, deben convertirse en actitudes, además ser compartidos y practicados (Múñch, 2008). Los valores son parte de la cultura de trabajo y dan identidad a los integrantes y cuando operan en su comportamiento, son la fuente más importante de la motivación. (Hernández, 2007) El éxito verdadero no proviene de proclamar los valores, sino ponerlos en práctica consecuentemente todos los días. (Blanchard & O'Connor, 1997) Es decir los valores comprometen a todos a trabajar para alcanzar metas comunes. La persona vital que se ve inmersa en un proceso de planeación de vida y carrera debe aprender a crear de manera permanente y sistemática su propio sistema de valores, el cual le permita una vida de mayor conciencia y libertad, es decir una vida más saludable. (Casares & Silíceo, 2005)

La Planeación Estratégica Personal establece el éxito integral a partir de definir las diferentes áreas funcionales o dimensiones (Económica, social, ocupacional, de salud, familiar y espiritual) de las cuales surgen las necesidades a satisfacer en forma equilibrada. Es necesario aplicar el enfoque sistemático, en el sentido de que son áreas las cuales no actúan en forma aislada unas de otras, sino en una completa interrelación. De hecho forman un todo y de ahí el propósito de mantener un equilibrio entre ellas. (Picazo, 2001) (Peñaloza, Aguilar, et al, 2010)

El área ocupacional es importante ya sea en el trabajo para una empresa o en forma independiente y llega a condicionar la vida en general. Un primer paso para el desarrollo ocupacional es reconocer en el trabajo dos dimensiones:

- a) Es una carga o medio para sobrevivir o,
- b) Constituye un reto y una forma para desarrollarse.

Entre estas dos posturas, la diferencia se encuentra en tres aspectos fundamentales: Conocimientos, habilidades y motivación. Es indudable que al poseer conocimientos, desarrollar las habilidades y tener motivaciones se adquiere mayor confianza y proporciona una mayor ambición para realizarse y llegar a donde se quiere. (Tedesco, 2013)

Respecto al área económica se debe reflexionar: El éxito económico no consiste en ganar mucho por el deseo de tenerlo, sino por el hecho de manejarlo y utilizarlo con sabiduría. La fórmula elemental para un manejo apropiado del dinero se encuentra en mantener una relación de gastos e ingresos, donde éstos superen a los primeros y de ser posible, permitan un ahorro y/o inversión creciente. La Comisión Nacional para la Defensa de los usuarios de Servicios Financieros (Conducef) establece: un plan financiero permite mantener sanas las finanzas y garantiza recursos económicos para el futuro, para ello se requiere disciplina, ahorro y alternativas de inversión. (Conducef, 2013)

Un aspecto relevante en la vida de cualquier persona es la salud, cualquier proyecto o meta propuesta, depende del equilibrio saludable (Ríos & Alarcón, 2011) por tal motivo el área de salud debe contemplar como propósito cuidar efectivamente el cuerpo físico a través de: comer el tipo correcto de alimentos, descansar lo suficiente, control del estrés y hacer ejercicio con regularidad. Un buen programa de ejercicios puede llevarse a cabo en el hogar y permite atender tres áreas del mantenimiento corporal; la resistencia, la flexibilidad y la fuerza. (Covey, 2010) El descuidarse en cualquiera de los aspectos antes enunciados puede reducir su eficacia en el trabajo y en las diversiones, dar lugar a un bache físico y, a veces, conducir a situaciones de aislamiento social. El organismo humano sufre desgaste, como cualquier máquina. Los cuidados o malos hábitos que se proporcione al organismo, pueden retardar o acelerar su gradual desgaste

El Área Social desde el punto de vista del hombre de negocios y del profesionista marcan un paso decisivo en su propio desarrollo. En la presente área es menester llevar a la práctica los siguientes elementos:

- a) El Arte del networking. Consiste en ayudar a las personas con quienes se establecen relaciones y también beneficiarse de ellas con el propósito de alcanzar objetivos profesionales. Lo importante de la práctica del networking es hacer, fortalecer y consolidar relaciones con el mayor número de personas, con el objeto de no competir, sino de cooperar. (Picazo, 2001)
- b) Cuenta bancaria emocional en la cual se deben efectuar depósitos de cortesía, bondad, confianza, honestidad y compromiso a favor de otras personas, (Covey, 2010) Menciona seis depósitos principales para la cuenta bancaria: Comprender a las personas, prestar atención a las pequeñas cosas, mantener los compromisos, aclarar las expectativas, demostrar integridad personal y disculparse sinceramente.
- c) Otro elemento es la escucha empática, consiste en escuchar con la intención de comprender profunda y completamente a la otra persona, tanto emocional como intelectualmente, es decir ver el mundo como lo ve la otra persona, comprender lo que piensa y siente (Covey; 2010)
- d) En las relaciones humanas la esencia es y será cristalizar la regla de oro —Trata a los demás como quisieras que los demás te trataran— con la condición de generarse desde el interior de persona y sea auténtica y genuina. (Zig, 2002)
- e) El paradigma de interacción humana —ganar, ganar— procura de manera constante el beneficio compartido, aprendizaje recíproco, influencia mutua cuando los acuerdos o soluciones son mutuamente benéficos, satisfactorios, donde se aprecia la vida como un escenario cooperativo, no competitivo y predomina la mentalidad

de abundancia —En el mundo hay mucho para todos| la cual se deriva de una profunda sensación interior de valía y seguridad personal. (Covey, 2006)

La familia es el lugar donde se forman a las personas que viven humanamente, donde los adultos, son los encargados de dicha función. (Satir, 2006)

Cuadro 1 Características de la persona que vive humanamente.

Características	Características
a) Comprende, valora y desarrolla su cuerpo, al que encuentra útil.	h) Es un ser físicamente saludable y mentalmente despierto,
b) Es auténtico, honesto consigo mismo y con los demás,	i) Sensible, auténtico, creativo y productivo,
c) Está dispuesto a arriesgarse,	j) Se basta a sí mismo,
d) Es creativo,	k) Puede amar,
e) Demuestra su competencia,	l) Se defiende en forma justa y efectiva
f) Cambia cuando la situación así lo exige,	m) Sabe conciliar su propia ternura con su fuerza y conocer la diferencia entre ambas.
g) Lucha tenazmente para lograr sus objetivos,	

Fuente: Satir, 2006

Asimismo en la familia se establecen cuatro aspectos principales: Los sentimientos o ideas que uno tiene sobre sí mismo (Autoestima), Las formas que desarrollan las personas para expresar lo que quieren decirse el uno a otro (Comunicación), Las normas utilizadas por las personas para actuar y se llegan a instituir en el núcleo familiar (Sistema Familiar) y las relaciones de los integrantes de la familia con el entorno social (Enlace con la sociedad)

La dimensión espiritual es el núcleo, centro y compromiso con el sistema de valores de cada persona. La espiritualidad consiste en adquirir una fuerza interior que permita usarla en los momentos difíciles de la vida. (Covey, 2010). Algunas fuentes de espiritualidad son: La literatura de calidad, como la de los clásicos universales, las autobiografías de grandes personajes y aquellas publicaciones de amplia consciencia cultural, ecológica y personal, Asimismo la música y la naturaleza. Los valores también fomentan la espiritualidad del ser humano: Respeto, agradecimiento, humildad, honestidad, amor, solidaridad, responsabilidad, entre otros. En síntesis la espiritualidad es identificar que la vida tiene un significado, un sentido que no se localiza en el aspecto material sino en el interior de cada persona. (Castañeda, 2011)

Cuadro 2. Las características de una persona con espiritualidad

Características	Características
<p>a) Respeto todas las formas de vida y a todas las personas por igual,</p> <p>b) Vive en armonía con la gente y las cosas que le rodean,</p> <p>c) Es responsable de su propio desarrollo,</p> <p>d) Aplica en su vida todas sus potencialidades,</p>	<p>e) Confía plenamente en si mismo,</p> <p>f) Se acepta tal como es, pero está dispuesto a cambiar para mejorar.</p> <p>g) Es consciente de sus pensamientos, palabras, proyectos y</p> <p>h) Asume las consecuencias de sus actos.</p>

Fuente: Castañeda, 2012

Cada área funcional debe tener un proyecto específico con los siguientes elementos: Formulación de objetivos generales, precisando lo que quiere alcanzar en cinco, diez o más años, establecimiento de objetivos anuales y/o metas que contribuyen al logro del objetivo

general, Desarrollo de estrategias para alcanzar cada objetivo operativo o meta, identificar la problemática que se consideren pueden impedir el logro de los objetivos y determinar las alternativas de solución con base en estrategias para atender la problemática antes enunciada. Estos elementos se cristalizan en un instrumento denominado Plan de Vida y Carrera (García, 2001)

Objetivo.

Aplicar el Modelo de la Planeación Estratégica Personal en el factor humano de las organizaciones educativas.

Problema de Investigación.

La Planeación Estratégica Personal permite detectar fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con el propósito de establecer objetivos a largo plazo en cada una de las áreas funcionales que conforman al ser humano, dichos objetivos deben ser congruentes con sus valores y motivaciones. Asimismo la Planeación Estratégica Personal sirve de guía en el desarrollo personal a través de la determinación de la misión y visión. ¿Es factible que jóvenes de 19 a 24 años deseen planear su vida a largo plazo como lo hacen las organizaciones?

Metodología.

El presente trabajo es descriptivo, para ello se estructuró un cuestionario (Anexo 1) con la finalidad de contar con el diagnóstico de los alumnos, integrado por las siguientes secciones: Datos generales, Información académica y Planeación Estratégica Personal, el cual fue aplicado a la totalidad de los alumnos (39) de la asignatura Optativa de Plan de

Vida y Carrera de la Licenciatura en Administración Grupos 1 y 2 de Generación Julio/Diciembre 2012 – Julio/Diciembre 2016, Asimismo durante el semestre escolar Enero/Junio 2014 se desarrollo de manera individual el instrumento denominado Plan de Vida y Carrera constituido por: Análisis FODA, visión, misión, valores y áreas funcionales, en cada una se deben definir objetivo general, objetivos operativos, actividades, problemática y alternativas de solución. (Anexo 2).

Resultados finales.

Referente a los datos generales de los alumnos se obtuvo la siguiente información: El 53.8% son mujeres y 46.2% hombres, 97.4% solteros y el 2.6% divorciados, La edad de los estudiantes oscila entre los 19 y 24 años distribuida de la siguiente manera:

Tabla 1 *Edad de los alumnos*

Edad	No.de alumnos	Porcentaje
19	17	46.3
20	10	25.6
21	5	12.8
22	4	10.3
23	2	5.1
24	1	2.6
Total	39	100

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en la tabla 1 la mayoría de los alumnos tiene 19 años que indica el 46.3 %, el siguiente porcentaje lo representan los estudiantes con 20 años (25.6%) y el menor porcentaje es un alumno con 24 años (2.6 %).De acuerdo a las etapas de la Carrera del personal (García, 2001) La etapa de exploración va desde los 15 a lo 24 años aproximadamente. En ella el individuo explora y experimenta las alternativas que se le presentan, tratando de ajustar estas alternativas con sus intereses y objetivos profesionales, buscando siempre su desarrollo profesional.

Treinta y seis alumnos (92.3 %) son del estado de Hidalgo, dos (5.1%) del Estado de México y uno (2.6%) del Distrito Federal. Los municipios de origen de los alumnos pertenecientes al Estado de Hidalgo son: Pachuca de Soto, Mineral de la Reforma, Mineral del Monte, Atotonilco el Grande, Zapotlán de Juárez, San Salvador, Zempoala, Tetepango, Ajacuba, Cuauhtepac de Hinojosa y Singuilucan, es decir municipios cercanos al Campus Universitario.

Referente a su condición académica los alumnos provienen de los siguientes centros educativos:

- a) Bachilleratos Particulares: Colegio Londres, Colegio Real de Minas y Centro Universitario Metropolitano Hidalgo.
- b) Escuelas dependientes de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: Preparatorias No. 1, 2, 3 y 4.
- c) Escuelas Preparatorias incorporadas a la UAEH: Preparatoria Sor Juana Inés de la Cruz y Escuela Dr. Alberto Zebisch Sánchez.
- d) Bachilleratos Técnicos del Estado: Colegio de Bachilleres del Estado de Hidalgo (COBAEH), Centro de Estudios Tecnológicos Industrial y de Servicios (CETis), Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de servicios (CBtis), Colegio de

Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Hidalgo (CECyTEH), Centro de Estudios Tecnológicos en Aguas Continentales (CETAC), Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (Conalep) y Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de México (CECYTEM).

e) Oros sistema de Bachillerato: Millereen High Scholl y Escuela Preparatoria Oficial.

Tabla 2 *Escuelas de procedencia de los alumnos*

Tipo de Bachillerato	No. de alumnos	Porcentaje
Bachilleratos Particulares	3	7.7
Preparatorias dependientes de UAEH	12	30.8
Preparatorias incorporadas a la UAEH	2	5.1
Bachilleratos Técnicos del Estado	19	48.7
Oros sistema de Bachillerato	3	7.7
Total	39	100

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en la tabla 2 el 48.7% proviene de Bachilleratos Técnicos: COBAEH, CETis, CBtis, CECyTEH, CETAC, Conalep y CECYTEM y el 30.8% de las Escuelas Preparatorias dependientes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. La media aritmética del promedio que obtuvieron los alumnos en el Nivel medio superior fue de: 8.49.

A la fecha los alumnos han cursado el área básica del Programa Educativo de la Licenciatura en Administración, es decir de primero a tercer semestre. De la totalidad de alumnos el 56.4 % son regulares y el 43.6 % irregulares, las asignaturas reprobadas más

representativas son: Derecho Laboral, Macroeconomía, Matemáticas Financieras e Inglés II.

La media aritmética del promedio de los alumnos correspondiente del primero al tercer semestre de la Licenciatura es de 8.33 e indica una disminución de 16 décimas en relación al promedio con el que ingresaron 8.49. Asimismo sólo cinco alumnos de 39 tienen Beca Pronabes (Programa Nacional de Becas para la Educación Superior) lo cual indica 12.8%.

Con base en el Modelo de Planeación Estratégica Personal, el primer rubro a desarrollar es el Análisis FODA. En la tabla 3 se muestran las principales fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que manifiestan los alumnos.

Tabla 3 Análisis FODA

<i>Fortalezas</i>	<i>No. de alumnos</i>	<i>%</i>	<i>Debilidades</i>	<i>No. de alumnos</i>	<i>%</i>
Trabajo con números	17	43.6	Aspectos teóricos	24	61.5
Manejo de Tecnologías de la información y la comunicación	17	43.6	Trabajo con números	20	51.3
Trabajo en equipo	14	35.9	Idiomas	20	51.3
<i>Oportunidades</i>	<i>No. de alumnos</i>	<i>%</i>	<i>Amenazas</i>	<i>No. de alumnos</i>	<i>%</i>
Financiamiento a pymes	28	71.8	Competencia Laboral	35	89.7
Creación de fuentes de	22	56.4	Desempleo	30	76.9

empleo					
Avance de tecnología	19	48.7	Bajos salarios	17	43.6

Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en la tabla 3 tanto las fortalezas como las debilidades (Áreas de oportunidad) son de carácter interno y se enfocaron a la formación profesional. Identificadas con mayor porcentaje son las debilidades referentes a los aspectos teóricos con el 61.5% en segundo término con el 51.3% el trabajo con números y los idiomas, aspecto que refuerza la situación académica de que el 43.6 % son alumnos irregulares y las asignaturas reprobadas más representativas son: Derecho Laboral, Macroeconomía, Matemáticas Financieras e Inglés.

Referente a las amenazas y oportunidades se observa clara tendencia también al aspecto laboral y se identifica la competencia laboral, desempleo y bajos salarios como problemática a enfrentar, sin embargo también se perciben oportunidades como el impulso y financiamiento a las pequeñas y medianas empresas.

Los valores con mayor porcentaje que caracterizan a los alumnos son: Responsabilidad (71.8 %) respeto (69.25 %), honestidad (64.1 %), amistad (35.9 %) y solidaridad (30.8%). Cabe hacer mención que el presente rubro se trabaja con los alumnos y docentes a nivel institucional con la promoción de 16 valores universitarios: Responsabilidad, honestidad, respeto, compromiso, lealtad, amor, tolerancia, probidad, fraternidad, sentido del deber, cooperación, solidaridad, orden, honor, disciplina y vocación para la paz. (UAEH, 2004)

A nivel licenciatura el Programa Académico de Administración contempla en primer semestre la asignatura —Valores Socioculturales‡ y la totalidad de los Programas de Asignatura incluye el apartado de los valores que pretende fomentar en los alumnos. Por

las razones antes enunciadas la familiarización de la comunidad universitaria con los valores permite a los estudiantes identificar los valores a nivel personal.

Con base en sus necesidades detectadas la fijación de objetivos generales a largo plazo se enfocan a tres áreas: Ocupacional, Económica y Familiar. En razón que desean laborar en el ámbito de la administración, tener un patrimonio y apoyar económicamente a su familia.

De acuerdo a la importancia designada a cada área funcional se obtuvo la siguiente información.

Tabla 4 *Áreas Funcionales de la Planeación Estratégica Personal*

Área Funcional	Muy importante		Importante		Poco importante		Nada importante	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Familiar	32	82	7	18	0	0	0	0
Salud	25	64.1	14	35.9	0	0	0	0
Económica	20	51.3	18	46.2	1	2.6	0	0
Ocupacional	20	51.3	17	43.6	2	5.1	0	0
Espiritual	16	41	12	30.8	11	28.2	0	0
Social	12	30.8	24	61.5	3	7.7	0	0

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 4 se identifica como áreas de mayor importancia. El Área Familiar (82 %) la de Salud (64.1%), Ocupacional y Económica con el 51.3%. Con el criterio de importantes sobresalen las áreas Social (61.5%), Económica (46.2%) y Ocupacional con 43.6%, Poco importante el área espiritual con 28.2 %.

Conclusiones.

El grupo de investigación en Ciencias Administrativas y del Comportamiento en su LGAIC —Comportamiento organizacional— enfocada al estudio del comportamiento humano en las organizaciones mediante los siguientes temas: Planeación Estratégica Personal, Desempeño laboral, Satisfacción laboral, Motivación, Calidad de vida en el trabajo, Equilibrio trabajo-vida personal-familia, entre otros. Aplica en específico un modelo de Planeación Estratégica Personal al factor humano de organizaciones educativas infiriendo que los alumnos de nivel licenciatura (Edad de 19 a 24 años) identifican con claridad sus objetivos a largo plazo en las distintas áreas que integran el modelo de la Planeación Estratégica Personal, asimismo están conscientes del entorno con sus respectivas oportunidades y amenazas que favorecen u obstaculizan el logro de sus propósitos generales.

Planificar estratégicamente es prever y decidir las acciones que conduzcan del presente al futuro que se ha visualizado con objetividad, sin embargo la ejecución del Plan de Vida y Carrera debe ser efectiva y eficiente, lo cual requiere constancia y control. Es decir un plan adquiere valor cuando se pone en marcha, sólo entonces inicia la construcción para lograr la visión y objetivos establecidos a largo plazo.

La Planeación Estratégica Personal busca el equilibrio en las áreas funcionales, dimensiones o aspectos de la vida que conforman al individuo y sobre todo estén alineadas entre sí y respondan a la visión y misión de cada persona.

El presente trabajo constituye la primera parte del proyecto de investigación —Modelo de Planeación Estratégica Personal aplicado en organizaciones educativas— en razón que se aplicará el modelo de PEP a la siguiente generación de la Optativa Plan de Vida y Carrera (Enero/Junio 2013 – Enero/Junio 2017) integrada por 32 estudiantes con la finalidad de a fin de realizar un análisis inferencial entre dos generaciones objeto de estudio.

Fuentes de consulta.

BLANCHARD, KEN & O'CONNOR, MICHAEL (2005) *Administración por valores*. Ed. Norma. Bogotá, Colombia.

CASARES, DAVID & SILÍCEO ALFONSO (2005) *Plan de Vida y Carrera. Vitalidad personal y organizacional, Desarrollo Humano y Crisis de madurez, Asertividad y Administración del tiempo*. Editorial Limusa. México, D.F.

CASTAÑEDA, LUIS (2012) *Un Plan de vida para ejecutivos y profesionales. Hay vida más allá del éxito económico y profesional*. Panorama Editorial. México, D.F.

CASTAÑEDA, LUIS (2011) *Un Plan de vida para jóvenes ¡Qué harás con el resto de tu vida!* Panorama Editorial. México, D.F.

CONDUCEF (2013) *Elabore un plan financiero*. Comisión Nacional para la Defensa de los Servicios Financieros. Extraído el día 1° de Septiembre del 2013 desde: <http://www.conducef.gob.mx/>

COVEY, STEPHEN (2010) *Los Siete hábitos de la gente altamente efectiva.*, Editorial Paidós. Barcelona, España.

COVEY, STEPHEN. MERRIL ROGER Y MERRIL REBECCA (2006) *Primero lo primero*, Editorial Paidós Plural. México, D.F.

CHIAVENATO, IDALBERTO (2002) *Administración en los nuevos tiempos*. Editorial Mc Graw Hill Interamericana de España.



GARCÍA, ROLANDO (2001) *Determinación del Plan de Vida y Carrera en la Administración de Personal*. Revista Emprendedores No. 69. Facultad de Contaduría y Administración, Fondo Editorial UNAM. México, D.F.

HERNÁNDEZ, SERGIO (2007) *Administración. Pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia*. Editorial Mc Graw Hill. México, D.F.

- METZGER, MICHAEL & DONAIRE, VÍCTOR(2007) *Gerencia Estratégica de Mercadeo*.
Editorial Thomson. México, D.F.**
- MÚNCH, LOURDES (2008) *Planeación Estratégica. El rumbo hacia el éxito*. Editorial
Trillas. México D.F.**
- PEÑALOZA, CARMENZA. AGUILAR, ALBA. BUITRAGO, PATRICIA.LEMA, SILVIA. MESSIER,
IVONNE Y RODRÍGUEZ VICTORIA (2010) *Hacia mi proyecto de vida. Manual*.
Universidad del Bosque. Bogotá Colombia.**
- PICAZO, LUIS. (2001) *Planeación Estratégica Personal hacia el año 2001*. Servicio Pan
Americano de Protección, S.A. de C.V. Editorial McGraw-Hill. México, D.F.**
- RÍOS, REFUGIO & ALARCÓN MARTHA (2011) *Orientación Educativa, Plan de Vida y
Carrera*. Grupo Editorial Patria. México, D.F.**
- ROMO, MANUEL. (2006) *Tu proyecto de vida.Estrategias para identificar tu misión y
ordenar tus prioridades*. Editorial Diana. México, D.F.**
- SATIR, VIRGINIA. (2006) *El arte de crear una familia*. Editorial RBA Integral /Colofón.
Estados Unidos.**
- STEINER, GEORGE. (2007) *Planeación Estratégica. Lo que todo director debe saber*.
CECSA. México,D.F.**
- TEDESCO, MARCELO (2013) *Ruta profesional. Planeación Estratégica para el Desarrollo
Personal*. Editorial Paidós. México, D.F.**
- UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO (2004) *Modelo Educativo*. UAEH.
Abasolo 600, Pachuca de Soto, Hidalgo, México, CP 42000.**
- VARGAS, RICARDO (2005) *Proyecto de Vida y planeamiento estratégico personal*.
Editorial El Oso Panda. Lima Perú.**

**ZAPATA, EDGAR (1989) *La Planeación Estratégica de la vida personal*. Revista
Emprendedores No. 12 y 13. Facultad de Contaduría y Administración, Fondo
Editorial UNAM. México, D.F.**

**ZIG, ZIGLAR (2002) *Nos veremos en la cumbre*: Pelican Publishing Company, Inc.
Luisiana, Estados Unidos.**

	<p>Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Instituto de Ciencias Económico Administrativas. Área Académica de Administración</p>	
---	---	---

G. I. Ciencias administrativas y del comportamiento.

Planeación Estratégica Personal

Cuestionario N° _____ Fecha de aplicación _____

Con la finalidad de contar con un diagnóstico de los alumnos que cursan la materia Optativa Plan de Vida y Carrera, le solicitamos de la manera más atenta nos proporcione la siguiente información.

Datos generales del alumno

Nombre completo	No. de cuenta
Estado Civil	Edad
Lugar de procedencia: Municipio	Estado
Trabaja: Si () No ()	Lugar
Tiene algún tipo de beca: Si () No ()	Indique cuál

Datos académicos del alumno

Condición académica: regular () irregular ()	Promedio
Asignaturas que adeuda:	Motivos:
Bachillerato de procedencia:	Promedio de Bachillerato

Revalidación de estudios de licenciatura: Si () No ()	Motivos:
Institución de donde proviene:	Municipio/Estado
Cambio de Institución de Educación Superior: Si () No ()	Motivos:
Institución de donde proviene:	Municipio/Estado

Planeación Estratégica Personal

Enuncie en orden de importancia cinco fortalezas y debilidades académicas identificadas a la fecha.

Fortalezas	Debilidades (áreas de oportunidad)
1.-	1.-
2.-	2.-
3.-	3.-
4.-	4.-
5.-	5.-

Proporcione en orden de importancia cinco oportunidades y amenazas identificadas en el área profesional.

Oportunidades	Amenazas
1.-	1.-
2.-	2.-
3.-	3.-
4.-	4.-
5.-	5.-

Indique cinco valores que le caractericen:

1.-	3.-
2.-	4.-
5.-	

De las áreas funcionales de la P.E.P. ¿Cuáles son de mayor relevancia para usted? (Marque una sola opción por área funcional con una x)



Área Funcional	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Económica				

Espiritual				
Familiar				
Ocupacional				
Salud				
Social				

Enuncie tres objetivos a largo plazo (cinco años) que ha establecido como prioridades en su vida y respondan a sus necesidades.

Objetivo	Área Funcional	Plan de Acción
1.-		
2.-		
3.-		

Gracias por su colaboración.

	<p>Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Instituto de Ciencias Económico Administrativas. Área Académica de Administración</p>	
---	---	---

--	--	--

G. I. Ciencias administrativas y del comportamiento.

Plan de Vida y Carrera

(2014-2019)

Visión:

Misión:

Valores:

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas

Área Funcional:

Objetivo General:

Año	Objetivo Operativo	Actividades	Problemática	Alternativas de solución
14/15				
15/16				

16/17				
17/18				
18/19				

Business model canvas

Ignacio Sarmiento Vargas (^a)

Profesor Investigador adscrito a la Escuela Superior de Huejutla de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Consultor de la Incubadora de Empresas de la Escuela superior de Huejutla

Ana Lilia García Calva (^b)

Es profesora de tiempo completo adscrita a la Escuela Superior de Huejutla.

Introducción:

En los últimos años en México se han desarrollado muchas organizaciones que tienen como propósito fundamental el ayudar a los emprendedores así como a los empresarios en su etapa temprana debido sin duda a la gran importancia que tienen para la economía las micro y pequeñas empresas.

El problema como en muchos otros lugares del planeta, es la alta tasa de mortalidad de dichos proyectos, ya que según cifras del centro para el desarrollo de la competitividad empresarial (CETRO CRECE) en México, el 75 % de las nuevas empresas no termina los dos años de actividades.

Son proyectos con pocas esperanzas de vida, con una dosis muy fuerte de esperanza para algún mexicano pero con una fuerte carga de no saber exactamente qué hacer o cómo hacerlo.

El mundo de los negocios ha cambiado, hoy en día, existe mucha más competencia, es un hecho que todos pueden observar, ahora el cliente puede elegir entre muchas alternativas la

que mejor se adapte a sus necesidades y la que ofrezca una mayor propuesta de valor por su dinero.

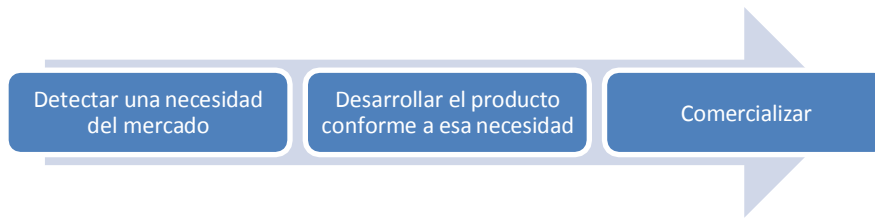
La falta de claridad en el modelo de negocios, o incluso en desconocimiento de este concepto pueden ser factores cruciales en la trayectoria de la recién creada empresa mexicana.

A lo anterior debe considerarse el perfil del empresario de que se trate, partiendo de la idea de que existen dos tipos:

- **Emergentes**, que son los emprendedores que saben lo que quieren que no tienen prisa y que poseen una cultura empresarial definida, ellos representan la minoría y sin duda están dispuestos a invertir tiempo y dinero y saben que su esfuerzo dará como resultados la consolidación en el mediano o largo plazo de un proyecto envidiable.
- Por otro lado están los emprendedores **Urgentes**, quienes realmente tienen la necesidad de generar dinero, ya sea por despidos laborales, por no encontrar empleos o por retiros laborales a edades adultas. Ellos, no tienen cultura empresarial y generalmente buscan oportunidades aunque no necesariamente sean éticas o con un sentido de largo plazo.

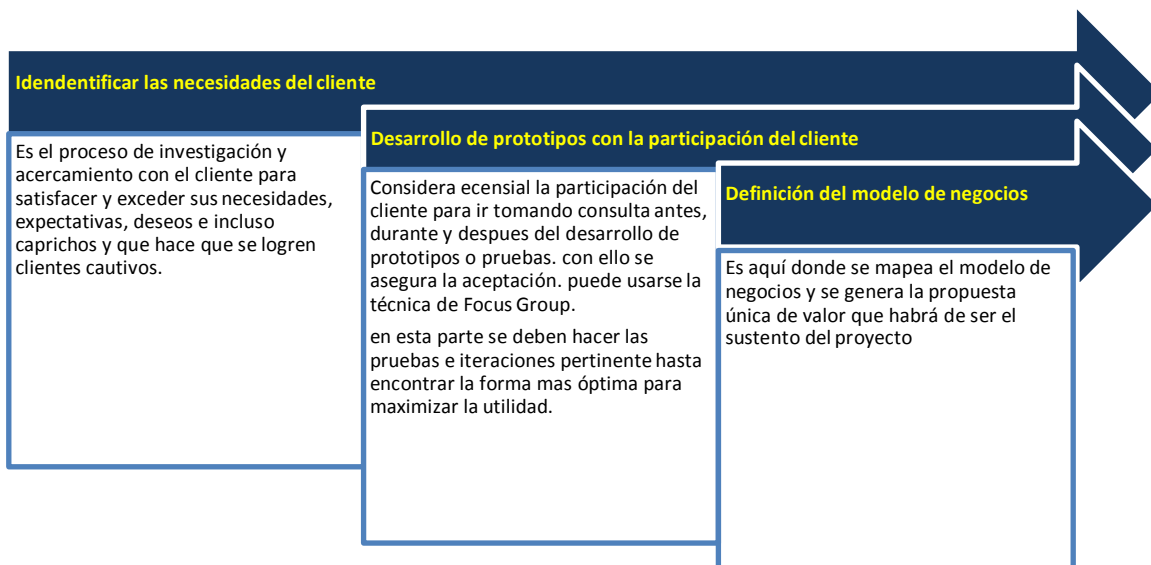
El panorama se hace más evidente en cuanto al porqué de la alta mortalidad empresarial en México, como se puede inferir, a reserva de efectuar los estudios correspondientes, uno puede casi asegurar que es el segundo grupo el que enlista en sus filas a los empresarios del 75% del que habla el CRECE.

Por otro lado, el procedimiento tradicional para la puesta en marcha de las empresas en su fase de arranque, en los últimos años ha sido de acuerdo al siguiente esquema:



Modelo, definitivamente responsable pues involucra la necesidad del mercado y mucho tiene de fundamento en los conceptos contemporáneos de la calidad.

Las cosas tienen que cambiar como todo lo que vale la pena en esta vida, hoy el esquema es diferente ya que ha evolucionado de la siguiente forma:



Businessmodelcamvas, ofrece es una herramienta que permite definir el modelo de negocios y tener definido claramente la propuesta única de valor.

Dos elementos importantes que además de poder plasmarlos en un documento, permite al empresario conocer a profundidad la actividad de su negocio y ser creativo para generar propuestas de valor únicas para el cliente o grupo de clientes, haciendo con ello su camino más seguro en el transitar por el mundo de los negocios.

Business model canvas es también un elemento importante en la elegibilidad de créditos, ya que los fundadores de cualquier naturaleza privilegian sin duda los proyectos claros, ágiles y sobre todo creativos e innovadores.

La definición de la propuesta única de valor permite echar a volar la imaginación del empresario o emprendedor para generar valor de manera diferente a lo que la competencia hace, dando oportunidad para que se reinventen o inventen nuevos modelos de negocios.

Un proyecto emprendedor puede ser muy ingenioso, muy creativo e innovador, pero para ser catalogado como negocio, debe cumplir dos condiciones importantes.

A) Resolver una problemática de un grupo de interés

B) Generar utilidades.

Gracias a business model canvas, es posible clarificar todo lo anterior permitiendo así consolidar la idea del negocio y poder ya con certeza modelar, probar e iterar posibilidades de cambio de acuerdo con lo que el mercado requiera.

En este trabajo se desarrolla una guía práctica para la elaboración de un business model canvas que permita clarificar un modelo de negocios y sobre todo que dé la oportunidad de plasmar en ese documento la propuesta única de valor.

Desarrollo:

La traducción literal de —CANVAS del inglés al español es Lienzo, que da a entender que se trata de un documento de tamaño fuera de lo común, sin que esto sea un gran pergamino debe entenderse que se trata de un papel de buen tamaño en el que se puede visualizar con claridad el modelo de negocios de un determinado proyecto.

Entendiendo por modelo de negocios la forma como un proyecto se organiza para generar, otorgar y capturar valor, en otras palabras, la manera como un proyecto identifica a sus

clientes y sus necesidades, elabora sus productos o servicios y maneja sus capacidades y recursos para genera una propuesta única de valor es decir lo que lo hace diferente de los demás, así también plasma los flujos económicos tanto de entrada como de salida.

Sencillo pero laborioso, sin duda es un mapa conceptual que en forma ordenada aglomera 9 categorías, las cuales son:

1. ***La propuesta única de valor.***

Que representa la solución que el proyecto vendrá a dar y la forma en cómo se genera. Representa la parte creativa y talentosa pues la palabra —Única es la diferencia que existe entre lo que ya existe y la nueva propuesta.

2. ***El segmento de mercado o mercado meta.***

Resulta prioritario saber quiénes son nuestros clientes, es importante lograr definir con claridad el mercado meta, ya que cada segmento de mercado tiene diferentes gustos, preferencias, necesidades e ingresos que lo hacen diferente.

3. ***Los canales de comunicación o distribución.***

En esta parte se debe ser muy claro y definir las formas en las que se hace llegar el producto o servicio hasta el consumidor final, incluidos los intermediarios y su activa participación en el o los canales de distribución.

4. ***La relación con el cliente,*** la manera en cómo se relaciona el proyecto con los clientes es importante, esta, puede ser virtual, o presencial, directa o indirecta, de casa en casa, a través de correo electrónico, de páginas web, correspondencia tradicional, directamente en tienda, en fin toda la gestión de relación con clientes que permite tener un contacto directo y un acercamiento para hacer llegar el producto y servicio así como para capturar el valor, es decir obtener la retroalimentación para mejorar el proyecto.

5. *Las fuentes de ingresos.*

Una de las partes más interesantes, pues como se ha comentado, un proyecto con expectativas de vida a futuro debe cumplir con dos condiciones:

- a) Que genere dinero
- b) Que soluciones problemas

En ese entendido, la generación de ingreso representa las formas de donde el proyecto se allega de recursos para su supervivencia, deben incluirse todos los posibles, desde fondeadoras, banca, inversionistas, hasta las ventas, regalías o cualquier otro ingreso derivado de la actividad cotidiana.

6. *Las actividades clave.*

Son las cosas que el emprendedor sabe hacer, y sabe hacer muy bien, es decir es una especie de inventarios de fortalezas relacionadas con la generación de valor para el proyecto.

7. *Los recursos clave.*

En un ejercicio tipo FODA se trata de las cosas con los elementos con los que el emprendedor cuenta para poder realizar el proyecto, desde las tangibles representadas por las instalaciones hasta las habilidades y destrezas, sin omitir las patentes o fórmulas con las que cuenta.

8. *Las alianzas estratégicas.*

La capacidad de asociacionismo es importante en este tiempo, el proyecto debe tener capacidad de generar alianzas estratégicas con otras empresas, con otros proyectos o con otras instituciones que permitan dar fortaleza y certeza, son aliados que dan seguridad al proyecto.

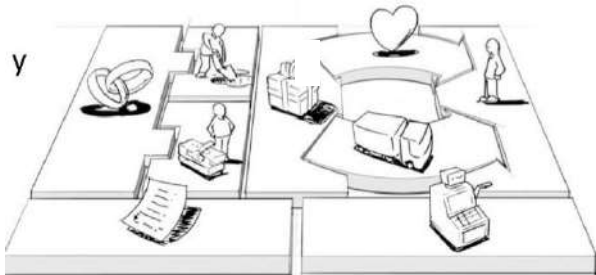
9. Y las fuentes de Egresos. En qué se invierte para la realización del proyecto es una pregunta clave y que debe ser expuesta en esta parte con claridad y eficiencia, hacer un análisis formal y responsable de los principales egresos económicos a los que el proyecto debe enfrentar, tales como regalías, rentas, dividendos, intereses, así como también los materiales, viajes o cualquier otro factor importante que sea preciso no omitir.

Los anteriores son los elementos indispensables que conforman el canvas, ordenados sistemáticamente en 4 grandes bloques que a su vez se subdividen para formar los 9 anteriormente mencionados.

La primera aproximación como se mencionó es de 4 áreas de acuerdo con la distribución siguiente:

Cómo	Qué	Quién
Capacidades y Recursos con los que se cuenta	Es la propuesta única de valor, lo que la empresa hace o el servicio que da y la forma en que es diferente.	Se trata de los clientes, su relación con ellos, la identificación de los mismos y las formas de conexión.
<p>Flujos Económicos.</p> <p>Tanto la forma como el proyecto ingresan dinero como los motivos por los que egresa el mismo.</p>		

A su vez las 4 áreas fundamentales se subdividen generando el Canvas como actualmente se le conoce de acuerdo a la propuesta de Alexander Osterwalder (2008) y que en modelo gráfico tendría una forma así:



Una vez identificados los 9 campos de Canvas, es prudente mostrar dicho lienzo en forma general para poder proceder a su llenado final.

Alianzas estratégicas	Actividades clave	Propuesta Única de Valor	Relaciones con el cliente	Segmento de mercado o mercad o meta
	Recursos clave		Canales de comunicación y/o distribución	
Fuentes de egresos		Fuentes de ingresos		

Finalmente este es el esquema de un Canvas, el tamaño es tan extenso como el emprendedor lo determine, es un lienzo que está dividido en grupos de información, en cada grupo o ventana habrán de encontrarse enunciados, que den idea de los inventarios,

activos o formas de ejecutar el negocio y con ello generar recursos económicos y solucionar problemáticas actuales.

Los enunciados, ligados uno con el otro en orientación a enriquecer la propuesta única de valor, eso que es en resumen claro, lo que la empresa hace, y la forma en como se hace diferente y que permite tener ventajas competitivas sobre los demás.

Conclusiones.

Business model canvas es una herramienta que permite clarificar la forma en como un negocio genera dinero, existen modelos de negocios exitosos, cada vez dichos modelos deben ser más creativos y orientados a los clientes, a memorarles la vida y a generar mayor valor por el dinero.

Modelos exitosos a lo largo de la historia se pueden encontrar fácilmente, basta con recordar a Dominós Pizza en los EE.UU. en la década de los años 80, o bien el modelo de negocios de Avon cosmetics donde no es el producto lo que los hace diferentes sino la forma de hacer sus negocios.

Canvas es sin duda un elemento importante para hacer visibles las ideas y resulta un elemento crucial para fondeadores e inversionistas, de manera que puedan fácilmente ver la forma como el negocio funciona y así poder apostar por él.

Así también es la herramienta más importante para que un proyecto pueda generar valor de manera diferente a los competidores, para dejar de ser empresarios imitadores que emulan burdamente a los negocios exitosos para convertirse en empresarios creativos dueños de su destino y constructores de un mejor país.

Referencias:

Alexander, O. (2013). *Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, And Challengers (Portable Version)*. John Wiley & Sons.

. *Yo emprendo*. Obtenido de *Yo emprendo*(12 de 03 de 2011): <https://www.youtube.com/watch?v=CxWp5ZSixvA>

Clima Laboral en micro empresas del Municipio de Puebla

Dr. Amado Torralba Flores,

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Facultad. de Administración

Dr. Alfredo Pérez Paredes,

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Facultad. de Administración

Resumen

En un entorno económico complejo, las micro empresas del municipio de Puebla, deberán estar preparadas para aprovechar de la mejor manera sus recursos humanos, para ello es de vital importancia estudiar el clima laboral, como un indicador que mide la satisfacción de los trabajadores en su ambiente de trabajo, su desempeño así como sus perspectivas laborales, y detectar áreas de oportunidad en las empresas. Por ello se aplicó un cuestionario para medir el clima laboral a 27 microempresas instaladas en la ciudad de Puebla, del sector, confección de prendas de vestir con un promedio de 0 a 5 empleados, el cuestionario está estructurado en ocho dimensiones, que son las siguientes: a) Satisfacción del personal en su trabajo, b) La concepción u opinión que tienen los trabajadores hacia sus superiores, c) El compañerismo entre los trabajadores d) Opinión relativa al puesto de trabajo, e) Equidad de género, f) Permanencia del trabajador en la empresa, g) Remuneración salarial, h) Confort y ergonomía en el lugar de trabajo. De los resultados obtenidos la dimensión que tiene una mejor evaluación es la d) Opinión relativa al puesto de trabajo, en ella el promedio es de 90.8%, siendo la más alta y la más baja de todos la f)

Permanecía del trabajador en la empresa con un 55.3%, lo que refleja que existe mucha movilidad y cambio de puestos de trabajo.

Palabras claves: Clima laboral, Micro empresa,

Desarrollo de la comunicación

a. Introducción

En la actualidad es importante que las micro y pequeñas empresas identifiquen cuales son las principales características que deben desarrollar al interior de las organizaciones , para generar ambientes de trabajo que propicien condiciones favorables de trabajo de sus colaboradores lo que se denomina clima laboral, con el propósito de ser más competitivas y productivas dadas las actuales condiciones económicas , políticas y sociales en las que se desenvuelven las organizaciones propiciando con ello su permanencia en el mercado.

Por ello la presente ponencia, tiene como como intención presentar los resultados preliminares generados de una investigación, que plantea identificar cuáles son las característica del clima laboral en las micro y pequeñas en el Municipio de Puebla,

El motivo de realizar este estudio en las micro y pequeñas empresas surge de identificar que trabajos de investigación sobre este tema sean realizado únicamente en medianas y grandes empresas, lo que refleja una incompatibilidad para trasladar dichos resultados al sector empresarial más numeroso y generador de la mayor cantidad de empleo en México.

El presente trabajo se divide en los siguientes apartados: Introducción, donde se da una panorámica general sobre el desarrollo de la investigación. Revisión de la literatura existente sobre el tema de clima laboral así como las diferentes concepciones. Objetivo o

propósito, se plantea cuáles son los alcances de la investigación. Problemas de investigación, en el desarrollo del tema se aborda la metodología aplicada, se muestran los resultados preliminares. Conclusiones y discusiones así como las fuentes de consulta

Objetivo o propósito

Determinar y analizar el clima laboral de las microempresas del sector, confección de prendas de vestir instaladas en la ciudad de Puebla, a partir de la aplicación de un cuestionario conformado por ocho dimensiones, que permitirá detectar las mejores condiciones laborales y las circunstancias que afectan el desempeño de los trabajadores.

Problema de investigación

En la actualidad los constantes y acelerados cambios y las nuevas tecnologías de información y comunicación, exigen un mayor nivel de competitividad y productividad por parte de las organizaciones empresariales, pero más aun en las micros y pequeñas empresas, que representan el 95.7 % de las empresas establecidas en México, generando el 40.4% del empleo y con una participación de la producción bruta total de 6.9% (INEGI, 2009), Para lograrlo, se requiere de la participación de los colaboradores de estas organizaciones, se deben generar oportunidades en el desarrollo de más conocimientos, habilidades y destrezas, lo que también implica efectuar cambios en su estrategia laboral a la hora de enfrentar los nuevos retos y cambios tanto al interior como al exterior de las organizaciones.

Es por ello que la productividad como el manejo del capital humano al interior de las empresas, se convierten en factores determinantes que primero garanticen la sobrevivencia y luego la permanencia, utilizando una adecuada dirección y coordinación,

que permita motivar al personal y por lo tanto generar mayores índices de satisfacción que les permita ser más productivos.

Lo anterior debe ser fundamental al interior de cualquier organización productiva debido a que la satisfacción del trabajador debe ser una prioridad, debido a que, la percepción positiva o negativa de los trabajadores con respecto a su trabajo influye entre otras cosas, con el ausentismo, la rotación de personal, solución de conflictos y en otras áreas esenciales de la empre

El clima laboral se considera como el medio ambiente organizacional que toma en cuenta elementos físicos y humanos, en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Sin duda alguna la satisfacción y la productividad, se encuentra relacionado directamente con el "saber hacer" de los directivos, en relación de cómo gestionar el comportamiento de las personas, en su forma de trabajar y relacionarse con los demás integrantes de la organización, además de presentarse una interacción con la empresa, con los demás elementos que se utilizan para la producción de bienes o la prestación de servicios, se deberán crear condiciones que disminuyan la incertidumbre de mantener los puestos de trabajo ya que esto propicia que los trabajadores estén en una constante de busca de mejores oportunidades de empleo propiciando la rotación de personal con los costos que esto implica para las empresas

Por ello se presentará un análisis del concepto para entender con mayor claridad lo que representa e implica el clima laboral al interior de las organizaciones sin importar si se habla del sector privado, público o social.

Revisión de literatura

Definición de Clima Laboral

La primera definición a revisar es la que realizan Forehand y Gilmer citado por Gary los cuales consideran que representa —El conjunto de características permanentes que describen una organización, la distinguen de otra e influye en el comportamiento de las personas que la forman. (Gary, 1993), En esta definición se considera importante el papel que juegan los colaboradores al interior de la organización, que al final de cuenta se encargan de darle personalidad a la empresa.

Por otra parte se presenta una siguiente definición que presentan Litwin y Stringer los cuales mencionan que (Gary, 1993) —Las percepciones que el individuo tiene de la organización para la cual trabaja, y la opinión que se haya formado de ella en términos de autonomía, estructura, recompensas, consideración, cordialidad y apoyo. En esta definición se presentan cuales son algunos de los factores que pueden generar percepciones positivas o negativas por parte de los colaboradores.

Otra definición que se considera importante analizar es la que presenta Luc Brunet que la identifica como —Un conjunto de características que: a) describen una organización y la distinguen de otras (productos, servicios, organigrama, orientación económica), b) son relativamente estables en el tiempo, y c) influyen en el comportamiento de los individuos dentro de la organización (Brunet, 2009). Nuevamente se observa la trascendencia que tiene el que la organización genere una identidad para los trabajadores o colaboradores que se encuentre integrados a la empresa.

Por último se presentará otra definición de María del Carmen Sandoval que indica lo siguiente (Sandoval Caraveo, 2004) —El ambiente de trabajo percibido por los miembros de la organización y que incluye estructura, estilo de liderazgo, comunicación, motivación

y recompensas, todo ello ejerce influencia directa en el comportamiento y desempeño de los individuos. En esta definición se encuentran nuevos elementos que contribuyen a generar un determinado comportamiento y desempeño por parte de los colaboradores.

Una vez revisadas las definiciones anteriores se deduce que la organización productiva debe generar las condiciones necesarias en cuanto a infraestructura y relaciones laborales para que las personas generen un proceso de identidad ante la organización que le permita ser más competitiva y productiva.

Dimensiones del Clima Laboral

Las dimensiones del clima laboral, son las características que influyen en el comportamiento de los integrantes de una organización en donde intervienen múltiples variables como son, en donde se encuentra ubicada, el contexto social, las condiciones de trabajo, la estructura organizacional, etc. Por lo que es conveniente que al interior de la organización se defina cuales son las diversas dimensiones que han sido determinadas en delimitar los elementos que afectan el ambiente de las empresas.

Likert. (Citado por Brunet 2004) Mide la percepción del clima en función de Ocho dimensiones

1. Los métodos de mando. En esta parte se identifican los tipos de liderazgo necesarios para influir en los empleados.
2. Las características de las fuerzas motivacionales. También se identificarán los procedimientos que se diseñan para motivar a los empleados y satisfacer a sus necesidades.
3. Las características de los procesos de comunicación. Por otra parte se analizan los tipos de comunicación en la organización.

4. Las características de los procesos de influencia. La importancia de la relación entre los mandos superiores para determinar los objetivos de la organización.
5. Las características de los procesos de toma de decisiones. La importancia que tiene obtener información relevante para la toma de decisiones así como el reparto de funciones.
6. Las características de los procesos de planificación. Se considera la manera en que se fijan los objetivos.
7. Las características de los procesos de control. También es importante conocer cuáles son las estrategias para establecer el control al interior de la organización.
8. Los objetivos de rendimiento y de perfeccionamiento. También parte de la planeación organizacional se establezca la y capacitación deseada.

Por otra parte Pritchard y Karasick a partir de una investigación desarrollaron un instrumento que se compone de once dimensiones: (Brunet, 2009)

1. Autonomía. En este caso se identifica el nivel libertad que el individuo puede tener en la toma de decisiones y la solución de problemas.
2. Conflicto y cooperación. Para esta dimensión se considera el nivel de colaboración que existe entre los empleados en el ejercicio de su trabajo y con la obtención de los recursos que reciben de su organización.
3. Relaciones sociales. Se considera el tipo ambiente social y de amistad que se presenta dentro de la organización.
4. Estructura. Esta dimensión se refiere a la estructura organizacional planteada conjuntamente con las políticas que tienen que ver en la forma en que se realizan las tareas encomendadas.
5. Remuneración. Se estudia la forma en que se remunera a los trabajadores.

6. Rendimiento. Por esta parte se identifican correlación existente entre la remuneración y el trabajo realizado por el ejecutante.
7. Motivación. Esta dimensión analiza los elementos motivacionales que establezca la organización para sus empleados.
8. Estatus. Se refiere a las diferencias jerárquicas entre los mandos altos y los subordinados y la importancia que le da la organización.
9. Flexibilidad e innovación. En esta dimensión se mide el interés de la organización de experimentar la innovación y creatividad.
10. Centralización de la toma de decisiones. Se identifica de qué manera se delega al interior de la empresa el proceso de toma de decisiones.
11. Apoyo. Este aspecto se basa en el tipo de apoyo que da los altos mandos con los empleados frente a los problemas relacionados con el trabajo.

Al observar las dimensiones anteriores se identifica que son demasiadas las dimensiones o factores que intervienen para identificar el clima laboral de las diferentes empresas, sobre todo en el caso de las microempresas que en ocasiones aplican una administración empírica, sin embargo se debe considerar que el diagnóstico que se realiza en las empresas, no puede ser el mismo, ni utilizarse como una receta idéntica para todas las organizaciones, toda vez que las circunstancias y tipo de empresas son totalmente diferentes y por lo tanto quien realice este diagnóstico deberá establecer las dimensiones adecuadas para cada tipo de unidad económica.

Tipos de Clima Laboral

En este apartado se revisarán algunas aportaciones que muestran cuatro factores fundamentales que permiten fijar las principales variables de los modelos que perfilan la

medición de su comportamiento organizacional (Díaz Rangel, Galvan Blanco, & Ocampo Figueroa, 2008). A continuación se presentan los siguientes:

- a) Contexto, tecnología y estructura.
- b) Posición jerárquica del individuo y remuneración.
- c) Factores personales: Personalidad, actitudes y nivel de satisfacción.
- d) Percepción que tienen sobre el clima organizacional los subordinados, los colegas y los superiores.

Adicionalmente a estos componentes se presentan tres tipos de variables que indican las peculiaridades de la empresa en este caso Soria comenta (Díaz Rangel, Galvan Blanco, & Ocampo Figueroa, 2008) lo siguiente:

- a. Causales. Son variables independientes que determinan el sentido en que una organización evoluciona así como los resultados desencadenados. Además, este tipo de variables pueden ser modificadas o transformadas.
- b. Intermedias. Estas variables reflejan el estado interno y la salud de una organización. Son los constituyentes de los procesos organizacionales de la empresa.
- c. Finales. Son las variables dependientes que resultan del efecto conjunto de las dos precedentes. Estas variables reflejan los resultados obtenidos por la organización.

La diversidad de las variables y su combinación generan las condicionantes de diferentes tipos de clima laboral en las organizaciones.

A) Clima de tipo autoritario

Sistema I: Autoritarismo Explotador

Para este tipo de clima laboral la dirección no tiene confianza en sus colaboradores, por lo tanto se presenta un ambiente de miedo y amenazas, se tienen procesos de control fuertemente centralizados y se presenta un ambiente estable y aleatorio. Las decisiones y los objetivos los determinan los altos directivos y se dan a conocer en forma descendente.

Sistema II: Autoritarismo Paternalista

Para este tipo de clima la dirección tiene confianza en sus colaboradores, la mayor parte de las decisiones las toman los altos directivos, pero algunas se toman en los mandos bajos u operativos. La alta dirección utiliza las necesidades sociales de sus trabajadores, generando la expectativa de trabajar en un ambiente estable y estructurado.

B) Clima de tipo participativo

Sistema III: Consultivo

Para este tipo de clima la dirección tiene confianza en sus empleados. Las decisiones las toman la alta dirección, pero se permite a los colaboradores tomen decisiones específicas en los niveles operativos. La comunicación es de tipo descendente y se satisfacen las necesidades de estima de los colaboradores.

Sistema IV: Participación en grupo

Para este tipo de clima la dirección tiene plena confianza en sus empleados. Los procesos de toma de decisiones se distribuyen en toda la organización en cada uno de los niveles. La comunicación no se hace solamente de manera ascendente sino también de forma lateral. Existe una relación de amistad y confianza entre los superiores y los colaboradores.

Como se observa los diferentes tipos de clima están vinculados estrechamente con los tipos de liderazgo que ejercen los directivos de la empresa por lo que es importante identificar esta parte para entender el comportamiento de la organización.

Interdisciplinarianidad en el estudio del Clima Laboral

El comportamiento de los trabajadores de las empresas, la percepción que tienen respecto a su trabajo, la relaciones que se establecen entre compañeros de trabajo y con sus superiores, la equidad de género, la remuneración económica y otras variables deberán de ser abordadas al estudiar el clima laboral, para ello se requiere del auxilio de otras ciencias que tratan de explicar el comportamiento del ser humano en determinadas condiciones, la Psicología, Psicología Social, Sociología, Antropología, Ciencias Políticas. Entre otras sirven de apoyo al estudiar el comportamiento de los trabajadores en sus centros de trabajo.

- a) **Psicología.** Para el estudio del clima laboral explica, mide y cuando se requiere se cambia el comportamiento de los colaboradores. Los psicólogos han apoyado y continúan haciendo aportaciones al conocimiento del Clima Laboral, son los teóricos del aprendizaje, de la personalidad, además de los psicólogos industriales y organizacionales.
- b) **Sociología.** Para el estudio del clima laboral estudia a las personas en relación con sus semejantes y su mayor contribución al Clima Laboral, es el estudio del comportamiento en organizaciones, en particular, organizaciones complejas y formales.
- c) **Psicología Social.** Es un área de la psicología, que utiliza elementos tanto de la psicología como de la sociología. Se enfoca en comprender la influencia de la gente entre sí. Una de las principales áreas que se investiga por los psicólogos sociales ha sido el cambio, esto es, cómo establecerlo y cómo reducir barreras para su aceptación.
- d) **Antropología.** Estudia las sociedades para aprender acerca de los seres humanos y sus actividades. Parte importante del conocimiento actual del clima laboral, tiene

que ver con los ambientes organizacionales y las diferencias entre culturas nacionales, es resultado del trabajo de los antropólogos.

- e) Ciencias Políticas. Los politólogos estudian el comportamiento de individuos y grupos dentro de un ambiente político. Los temas específicos de interés incluyen la estructuración del conflicto, la asignación de poder y la forma en que se manipula el poder para sus intereses individuales.

Como se observa el estudio del clima laboral no solo tiene que verse como un tema administrativo debido a que otras disciplinas, pueden contribuir a entender tal o cual comportamiento de las personas, al interior de las empresas, sobre todo cuando se trata de generar mayor competitividad y productividad, en búsqueda de implementar una estrategia de ganar-ganar, tanto para los dueños de las empresas, para los trabajadores y para los consumidores o usuarios de productos y servicios.

b. Desarrollo

Metodología

La diversidad de concepciones teóricas sobre clima laboral, propicia que se utilicen diversas dimensiones para analizarlo,

Las dimensiones consideradas en el estudio de clima laboral en la presente investigación son:

- a) Satisfacción del personal en su trabajo
- b) La concepción u opinión que tienen los trabajadores hacia sus superiores
- c) El compañerismo entre los trabajadores
- d) Opinión relativa al puesto de trabajo
- e) Equidad de genero

- f) Permanencia del trabajador en la empresa
- g) Remuneración salarial
- h) Confort y ergonomía en el lugar de trabajo

El instrumento utilizado para recabar la información se estructuró siguiendo la escala de liker, con ocho dimensiones contiene un total de 42 ítems, que permiten observar la percepción de los trabajadores en varios aspectos como, la valoración de su trabajo, percepción que tienen respecto a sus superiores, relaciones que se establecen entre trabajadores, percepción e importancia de su puesto de trabajo, equidad de género en su centro de trabajo. La valoración se hace por promedio estadístico.

El instrumento se aplicó a 27 microempresas instaladas en la ciudad de Puebla, del sector, confección de prendas de vestir con un promedio de 0 a 5 empleados. Que son el total de las empresas del subsector

De la información obtenida de las empresas encuestadas, del sector confección de prendas de vestir, podemos observar que la edad de los empresarios oscila entre los 23 y 60 años de edad, con un tiempo de funcionamiento de las empresas de 6 meses a 10 años con un nivel educación básica, medio y superior.

Resultados Preliminares

Las ocho dimensiones evaluadas en el instrumento aplicado, tienen en una escala de valoración de 0 a 100%, en donde el 100% representa la mejor opinión de los trabajadores respecto de su percepción de cada una de las dimensiones que conforman la evaluación de clima laboral,

La percepción que se obtuvo del clima laboral fue evaluado en un 78.9 %, en la mejor opinión y el 21.1% la peor opinión, lo que nos indica que existen áreas de oportunidad de las empresas

Para una mejor interpretación de los resultados a continuación se analizan cada una de las dimensiones que conforman la evaluación del clima organizacional.

a) Satisfacción del personal en su trabajo,

En esta dimensión se consideró aspectos como,

¿Está usted satisfecho con su trayectoria en la empresa,

¿Le gusta su empresa?

¿Se siente integrado en empresa?

¿Su puesto de trabajo es lo suficientemente cómodo?

¿Tiene la suficiente autonomía en su trabajo?

¿Se siente realizado en su trabajo?

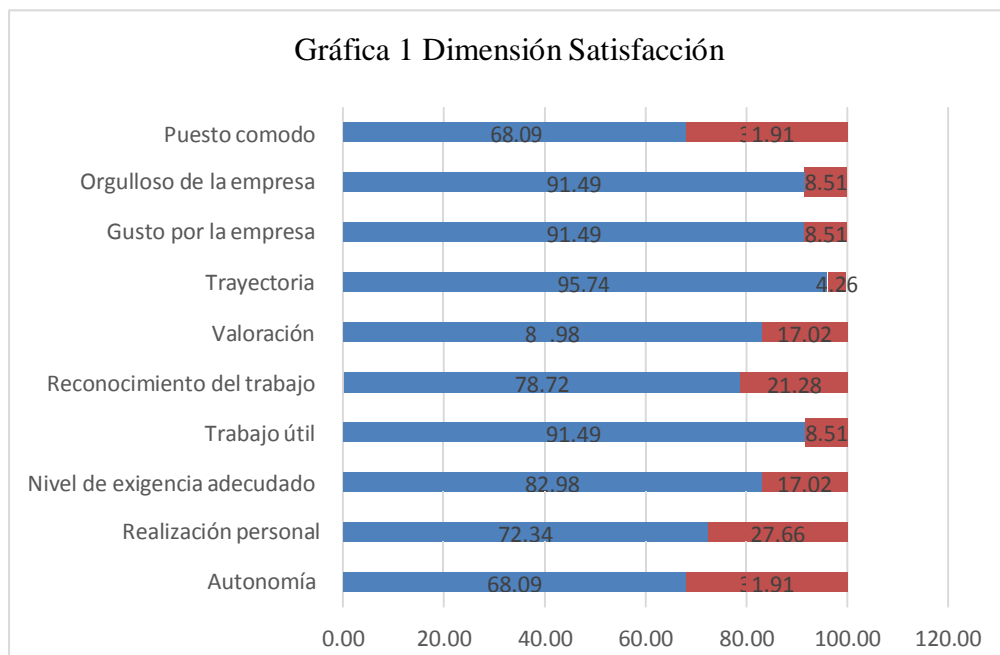
¿Es adecuado el nivel de exigencia por parte de su jefe?

¿Se considera usted valorado por el puesto de trabajo que ocupa?

¿Considera que su trabajo está suficientemente reconocido y considerado por su jefe o superiores?

¿Considera usted que en su empresa realiza un trabajo útil?

De los resultados obtenidos el promedio es de 82.3 %, (ver gráfica 1), siendo el más alto, Está usted satisfecho con su trayectoria en la empresa con un 95.7%, y los más bajos, Su puesto de trabajo es lo suficientemente cómodo y Tiene la suficiente autonomía en su trabajo con un 68.1%, lo que refleja la satisfacción que se tiene en su puesto de trabajo.



Fuente: Elaboración propia, con base en la encuesta de —Clima Laboral, aplicada a micro y pequeñas empresas del Municipio de Puebla 2014

b) La concepción u opinión que tienen los trabajadores hacia sus superiores

En esta dimensión se consideró aspectos como

¿Sus ideas son escuchadas por su jefe o superiores?

¿La empresa les brinda algún servicio dentro del horario de trabajo?

¿Su trabajo es lo suficientemente variado?

¿Su jefe es participativo?

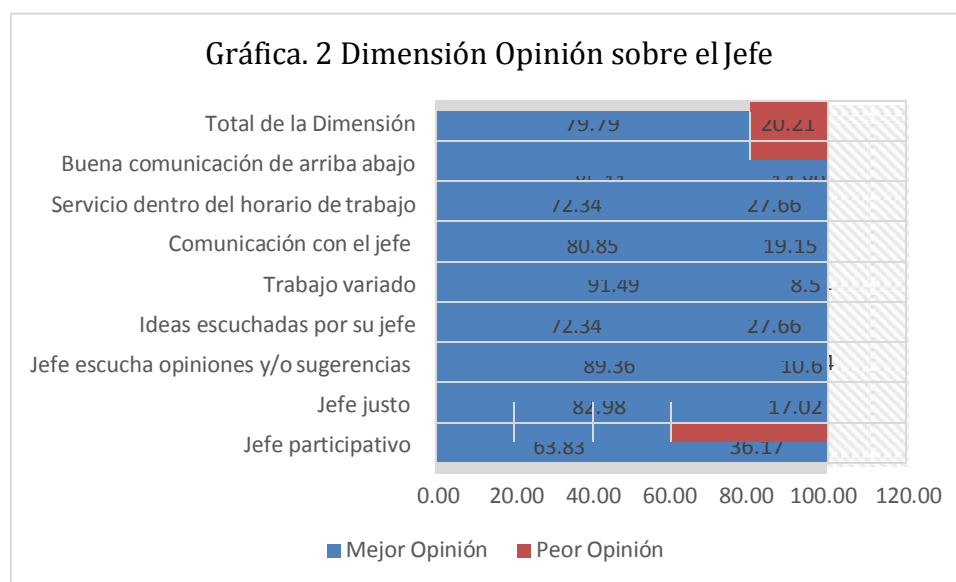
¿Considera que tiene Usted un jefe justo?

¿Tiene usted comunicación con su jefe?

¿Existe buena comunicación de arriba a abajo entre jefes y subordinados?

¿Considera usted que en su empresa su jefe o jefes escuchan las opiniones y sugerencias de los empleados?

En esta dimensión el promedio es de 79.8%, (ver gráfica 2), siendo el más alto, Su trabajo es lo suficientemente variado con un 91.5 % y el más bajo, Su jefe es participativo con un 63.8%



Fuente: Elaboración propia, con base en la encuesta de —Clima Laboral, aplicada a micro y pequeñas empresas del Municipio de Puebla 2014

c) El compañerismo entre los trabajadores

En esta dimensión se consideró aspectos como:

¿Se siente integrado en la empresa?

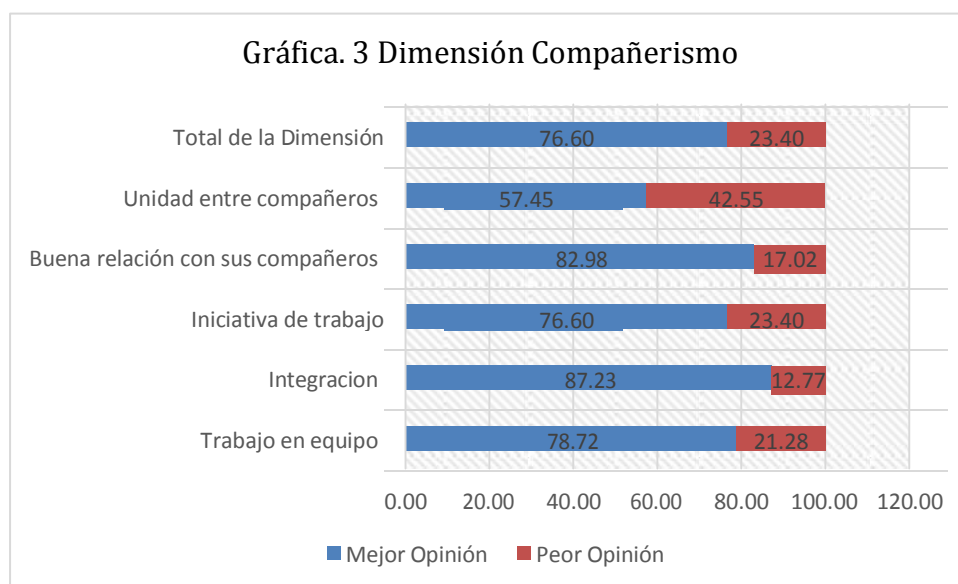
¿Tiene la suficiente capacidad de iniciativa en su trabajo?

¿Se lleva Usted bien con sus compañeros?

¿Existe unidad entre Usted y sus compañeros?

¿Trabaja en equipo con su jefe y compañeros?

En esta dimensión el promedio es de 76.6% (ver gráfica 3), siendo el más alto ¿Se siente integrado en la empresa? Con un 87.2 % y el más bajo ¿Existe unidad entre Usted y sus compañeros? Con un 57.4 %.



Fuente: Elaboración propia, con base en la encuesta de —Clima Laborall, aplicada a micro y pequeñas empresas del Municipio de Puebla 2014

d) Opinión relativa al puesto de trabajo

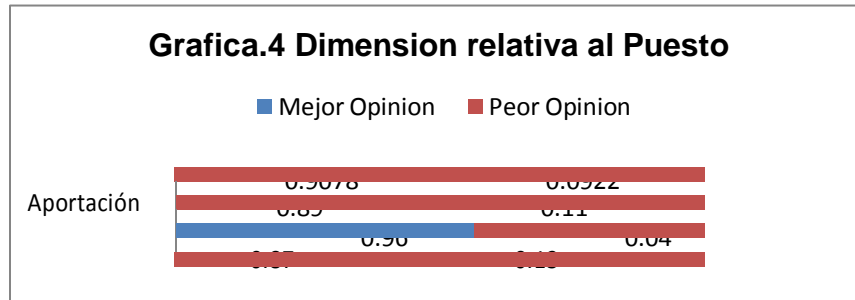
En esta dimensión se consideró aspectos como:

¿Conoce bien que aporta usted con su trabajo a la empresa?

¿El puesto que ocupa en la empresa está en relación con la experiencia que usted posee?

¿Su puesto está en relación con su nivel de estudios?

En esta dimensión el promedio es de 90.8%, (ver gráfica 4) siendo el más alto ¿Su puesto está en relación con su nivel de estudios? Con un 95.7 % y el más bajo ¿Conoce bien que aporta usted con su trabajo a la empresa? Con el 89.4 %



Fuente: Elaboración propia, con base en la encuesta de —Clima Laborall, aplicada a micro y pequeñas empresas del Municipio de Puebla 2014

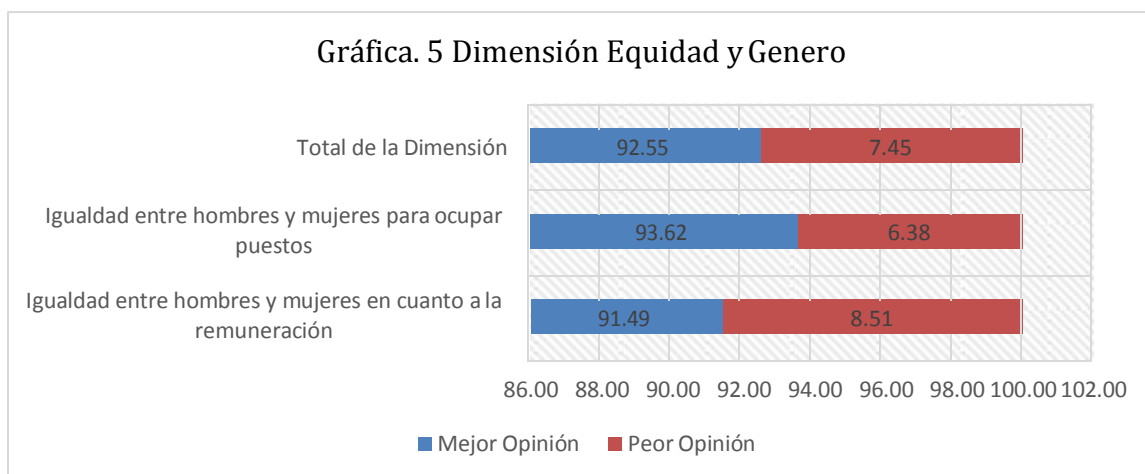
e) Equidad de género

En esta dimensión se consideró aspectos como:

¿Existe igualdad entre hombres y mujeres en cuanto a la remuneración percibida dentro de la empresa?

¿Existe igualdad entre hombres y mujeres, a la hora de ocupar puestos de trabajo?

En esta dimensión el promedio es de 92.6% (ver gráfica 5), siendo el más alto ¿Existe igualdad entre hombres y mujeres, a la hora de ocupar puestos de trabajo? Con el 93.6 y el más bajo ¿Existe igualdad entre hombres y mujeres en cuanto a la remuneración percibida dentro de la empresa? Con el 91.5 %



Fuente: Elaboración propia, con base en la encuesta de —Clima Laborall, aplicada a micro y pequeñas empresas del Municipio de Puebla 2014

f) Permanencia del trabajador en la empresa

En esta dimensión se consideró aspectos como:

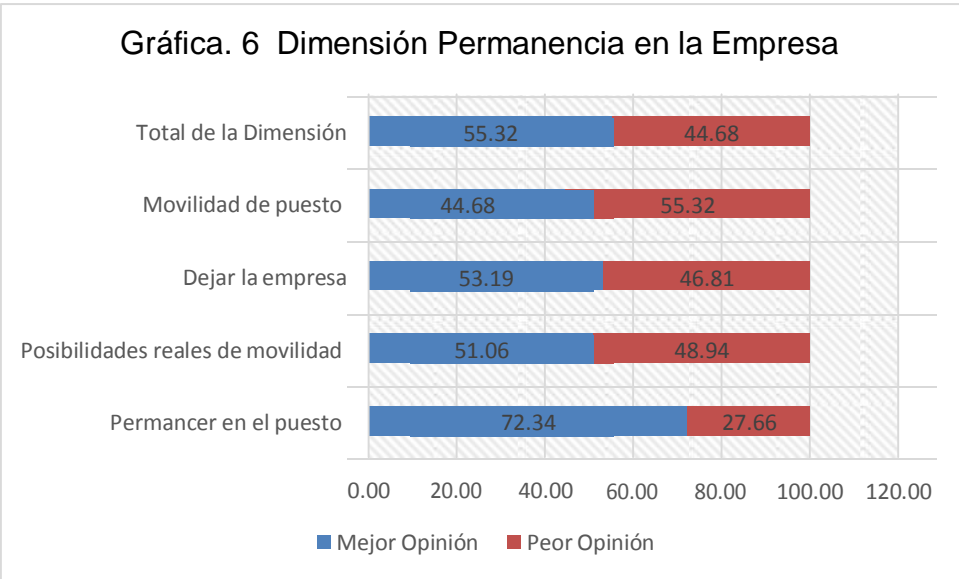
¿Si pudiera dejar la empresa por otro trabajo, a igualdad de sueldo y condiciones, se quedaría en la empresa?

¿Existe mucha movilidad y cambio de puestos de trabajo?

¿Le gustaría permanecer en su puesto de trabajo dentro de la empresa?

¿Existen posibilidades reales de movilidad en la empresa?

En esta dimensión es la que se obtuvo el promedio más bajo de todos con un 55.3% (ver gráfica 6), siendo el más alto ¿Le gustaría permanecer en su puesto de trabajo dentro de la empresa? Con el 72.3 % y el más bajo ¿Existe mucha movilidad y cambio de puestos de trabajo? Con un 44.7%



Fuente: Elaboración propia, con base en la encuesta de —Clima Laboral, aplicada a micro y pequeñas empresas del Municipio de Puebla 2014

g) Remuneración salarial

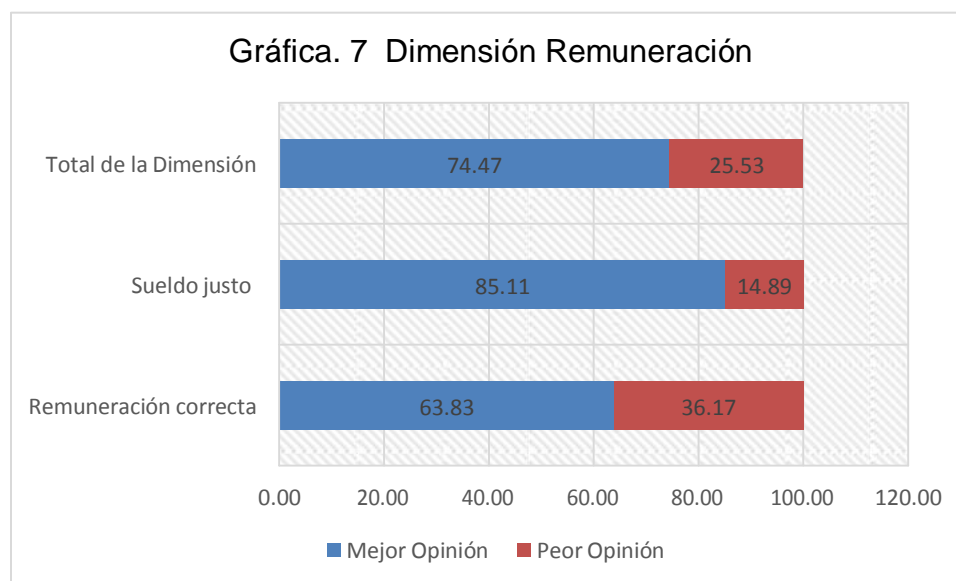
En esta dimensión se consideró aspectos como:

¿Considera que su trabajo está bien remunerado?

¿Cree que su sueldo es justo con relación a las actividades que realiza?

En esta dimensión el promedio es de 74.5% (ver gráfica 7), siendo el más alto ¿Cree que su sueldo es justo con relación a las actividades que realiza? Con el 85.1 % y el más bajo

¿Considera que su trabajo está bien remunerado? Con el 63.8 %



Fuente: Elaboración propia, con base en la encuesta de —Clima Laboral, aplicada a micro y pequeñas empresas del Municipio de Puebla 2014

h) Confort y ergonomía en el lugar de trabajo

En esta dimensión se consideró aspectos como:

¿Su puesto de trabajo le resulta cómodo?

¿Tiene suficiente luz en su lugar de trabajo?

¿La temperatura es la adecuada en su lugar de trabajo?

¿El nivel de ruido es soportable?

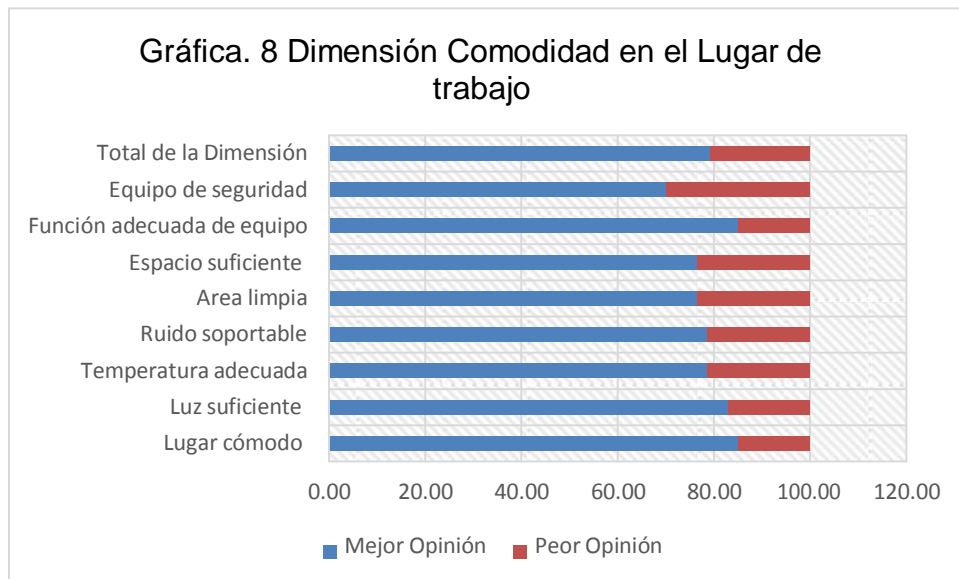
¿Regularmente se encuentra limpia su área de trabajo?

¿Su equipo de trabajo funciona adecuadamente?

¿Tiene espacio suficiente en su puesto de trabajo?

¿Tiene equipo de seguridad o alguna protección para el equipo con el que trabaja?

En esta dimensión el promedio es de 79.3% (ver gráfica 8), siendo los más altos ¿Su puesto de trabajo le resulta cómodo? ¿Su equipo de trabajo funciona adecuadamente? Con el 85.1% y el más bajo ¿Tiene equipo de seguridad o alguna protección para el equipo con el que trabaja? Con un 70.2%



Fuente: Elaboración propia, con base en la encuesta de —Clima Laboral, aplicada a micro y pequeñas empresas del Municipio de Puebla 2014

Conclusiones y discusiones

El clima laboral es fundamental en el funcionamiento y desempeño de las empresas en las diferentes áreas, la presente investigación le da un énfasis a las microempresas que contribuyen a la generación del mayor número de fuentes de empleo, esto debido a que si bien existen estudios de clima laboral se da una gran importancia a las grandes empresas.

El clima laboral percibido por los trabajadores de las empresas poblanas en estudio fue evaluado en promedio con el 78.9 %, con una escala de 0 a 100, lo que indica que existen aspectos que deberán de ser mejorados al interior de las empresas como por ejemplo, la permanencia del trabajador en la empresa, debido a que los trabajadores buscan mejores oportunidades de puestos y condiciones laborales lo que refleja la movilidad del personal una importante rotación del personal lo que propicia incrementos en los gastos de las empresas. Adicionalmente se identifican condiciones favorables en el funcionamiento de las empresas como son, la equidad de género, la identificación que se tiene con la empresa y su puesto de trabajo y en menor medida la relación empleado empleador y la comunicación al interior de las empresas.

El clima laboral es fundamental para lograr el buen funcionamiento de la empresa ya sea esta micro, pequeña, mediana o gran empresa, que sus integrantes tenga la claridad del papel que juegan en su funcionamiento, sobre todo en un entorno donde la competencia es cada vez más intensa y es necesario un mayor posicionamiento en el mercado.

Fuentes de consulta

- Brunet, L. (2009). El Clima de Trabajo en las Organizaciones. México: Trillas.
- Bohlander, George. (2001). Administración de Recursos Humanos. México: Thomson
- Dessler, G. (1993). Organización y Administración. México: Prentice Hall.
- Dessler, G. (2009). Administración de Recursos Humanos. México: Pearson
- Diaz Rangel, D., Galvan Blanco, H. A., & Ocampo Figueroa, L. E. (2008). Emprendurismo, cultura, clima y comunicación organizacional y su aplicación a la pequeña y mediana empresa en la Zona Metropolitana de Guadalajara, México. Málaga, España: Grupo EUMEDNET.
- Fernández Collado, Carlos (2003). La Comunicación en las Organizaciones. México: Trillas
- Giraundier, Manuel (2004). Como Gestionar el Clima Laboral. Obelisco
- Gary, D. (1993). Organización y Administración. México: Prentice Hall.
- INEGI. (2009). Las Empresas en los Estados Unidos Mexicanos Censos Económicos 2009. México : INEGI.
- Munch, Lourdes. (2011). Administración de Capital Humano, La gestión del activo más valioso de la organización. México: Trillas
- Sandoval Caraveo, M. d. (2004). Concepto y Dimensiones del Clima Orgqanizacional. Hitos de Ciencias Economico Administrativas , 83-87.

Innovación empresarial

Uso de sistemas de información y su influencia en la competitividad de la pyme hidalguense

Mtra. Mireya Clavel Maqueda

Profesora por Asignatura en la

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Instituto de Ciencias Económico Administrativas

Campus La Concepción

Mtro. Eduardo Cornejo Velázquez

Profesor por Asignatura en la

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Instituto de Ciencias Básicas e Ingeniería

Ciudad del Conocimiento UAEH

Resumen

En esta investigación se analiza el uso de Sistemas de Información en relación con su influencia en la competitividad de la Pequeña y Mediana Empresa (PyME) del estado de Hidalgo a través del análisis estadístico de los datos obtenidos con el Mapa de Competitividad del BID. El estudio se aplica a 321 PyME del estado de Hidalgo, México. Los resultados demuestran que hacer uso de Sistemas de Información influye positivamente en la competitividad de la PyME hidalguense, sobre todo en los sectores comercio y servicios, con mayor énfasis en empresas dedicadas al comercio donde resalta como el segundo factor de importancia, por otra parte en el sector industria se obtuvieron resultados modestos. Considerando que los sectores comercio y servicios representan un 88.3% del

total de las PyME hidalguense resulta relevante propiciar el mejor uso de Sistemas de Información que redunde en mayores probabilidades de éxito y crecimiento económico.

Palabras clave: PyME, Competitividad, Sistemas de Información.

1. Introducción

1.1. La PyME Hidalguense

En el estado de Hidalgo, según los datos reportados por los Censos Económicos de INEGI (2009), hay 81,570 unidades económicas de las cuales, 28,948 pertenecen al sector de los servicios, 41,938 al comercio, 9,735 a la industria, 273 de transportes, correo y almacenamiento, 297 a la construcción, 86 a electricidad, agua y gas, 169 a la minería, 6 a los servicios relacionados con la agricultura y ganadería, y 118 a la pesca y silvicultura.

Estas empresas ofrecen un total de 334,126 empleos directos y que proporcionan 11,482 millones de pesos en remuneraciones totales. Por otro lado, el Estado participa con un 2.2% de unidades económicas respecto del total nacional, 1.7% del personal ocupado en el país, 1.2% de las remuneraciones totales nacionales, 1.1% del valor agregado censal bruto y 1.5% del total de activos fijos nacionales (INEGI, 2009).

De acuerdo con la tabla 1, la distribución porcentual de la PyME hidalguense por sector es la siguiente: sector industria 11.68%, sector comercio 52.25% y sector servicios 36.07%.

Tabla 1 **Distribución porcentual de la PyME hidalguense por sector**

Sector	Porcentaje
Industria	11.7

Comercio	52.2
Servicios	36.1

Fuente: INEGI. (2009). Censos Económicos.

En cuanto al empleo generado, el sector comercio es el que predomina con 37.71%, seguido del sector servicios con un 33.81%, mientras que el sector industria genera el 28.48% (INEGI, 2009).

En el estudio: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (Martínez, Sánchez, Somohano, García y Marín, 2008), se ha encontrado que la PyME predomina en el estado de Hidalgo los sectores comercio y servicio reagrupan a la mayoría de las unidades económicas, sin embargo, son los que en menor medida contribuyen a la generación de riqueza.

Así mismo se ha advertido la necesidad de potenciar la capacidad de la PyME para generar información que mejore su gestión y proporcione valor agregado a sus productos, incrementar sus capacidades para obtener recursos financieros y favorecer el acceso a programas de apoyo, incrementar la capacidad tecnológica de las empresas, promover la cooperación entre las PyME para generar economías de escala así como capacitar al empresario para que sea capaz de generar estrategias ante las situaciones cambiantes del entorno y potenciar la competitividad de su empresa.

Según los resultados generales del índice de competitividad global, el estado de Hidalgo ocupa la posición 20 y el 21 en el índice de estructura competitiva entre un total de 32

estados de la República Mexicana (ITESM, 2012); en comparación con el año 2010 se ha observado el comportamiento presentado en la tabla 2.

Tabla 2 Índice de competitividad 2012 y cambio en el posicionamiento en 2010.

Índice	Posición en 2012	Cambio en relación con el resultado de 2010
Competitividad global	20	+2
Eficiencia gubernamental	18	+2
Desempeño económico	11	+18
Eficiencia de negocios	22	+2
Infraestructura	21	-6

Fuente: ITESM. (2012). La Competitividad de los Estados Mexicanos. Fortalezas ante la crisis.

El Instituto Mexicano para la Competitividad A. C., posiciona al Estado en el lugar 24 solamente por encima de los estados de Tabasco, Veracruz, Michoacán, Puebla, Tlaxcala, Guerrero, Chiapas y Oaxaca (IMCO, 2012).

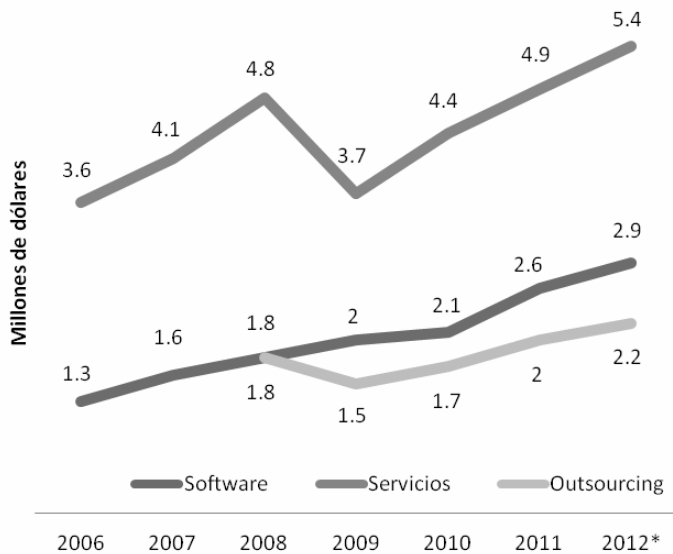
Por lo anterior, se reconoce que en el estado de Hidalgo, se hace indispensable una intervención para mejorar los resultados de la competitividad.

1.2. Competitividad a partir del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

De acuerdo a Jorgensen (como se citó en Katz, 2010) el impacto de la inversión en TIC en la productividad no es inmediato. El impacto de las TIC en la productividad se origina una vez que el sector productivo de la economía realiza cambios en los procesos y métodos de producción como consecuencia de la introducción de la infraestructura de Tecnologías de la Información; en otras palabras, si estos cambios no ocurren, la adquisición de TIC no ejerce ningún impacto en la productividad empresarial.

Como se puede observar en la gráfica 1 el sector de servicios de Tecnología de la Información, Software y Outsourcing, muestran una tendencia creciente en México entre los años 2006 a 2012, según PROCEI (2012).

Gráfica 1. Tamaño del mercado de la Industria de Servicios de TI, Software y Outsourcing en México, 2006-2012



*Datos estimados

Fuente: PROCEI. (2012). La innovación en México.

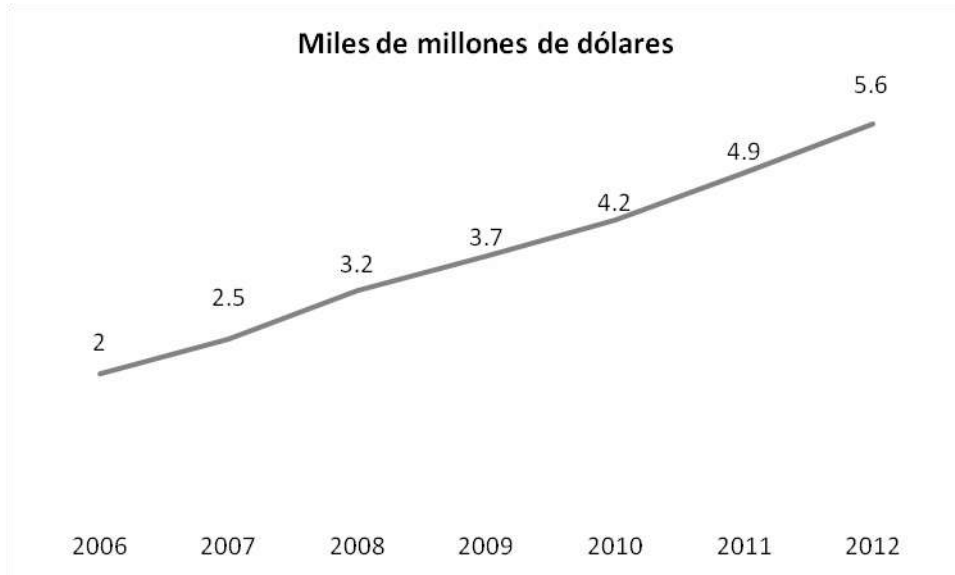
México ha registrado altas tasas de crecimiento en los últimos años en el mercado de servicios de TI, BPO y software (8.9% en promedio anual durante el período 2006-2012). En 2012, las estimaciones del valor de mercado de servicios de TI y BPO fueron de 10.5 miles de millones de dólares, según los datos de Business Monitor International recuperados en el informe de PROCEI (2013).

El uso y explotación de la tecnología como parte de los procesos sustantivos de las empresas es una mega tendencia a nivel mundial que debe ser analizada por los administradores, las grandes mayorías lo están haciendo y no sumarse a significa estar rezagado y en desventaja.

En las naciones asiáticas, en particular China, existen trabajos que describen cómo el uso y explotación de los Sistemas de Información ha potenciado el crecimiento de la PyME(Jinyan, Yinghua y Zhenfa, 2008; Liu, 2011; Chen y Wu, 2004).

De acuerdo a lo reportado por la Secretaría de Economía, México se ha convertido en el tercer exportador de servicios de TI a nivel mundial. Se estima que las exportaciones de servicios de TI y BPO's mostraron un crecimiento anual de 12.6% en 2012, al pasar de 4,940 millones de dólares en 2011 a 5,560 millones de dólares, como se muestra en la gráfica 2.

Gráfica 2 Exportaciones mexicanas de Servicios de TI y BPO, 2006 - 2012



Fuente: PROCEI. (2013). Secretaría de Economía con datos de AT Kearney.

En el mismo sentido, el Reporte de CGI 2012-2013 del World Economic Forum (WEF), correlaciona en su plataforma de datos, el uso de TIC y la competitividad y reporta que las economías avanzadas guardan una relación significativa y positiva entre el uso de TIC y su competitividad, y lo mismo se observa en la región de Europa central y del este. Sin embargo, no se ve una tendencia clara para la región de Latino América y el Caribe, lo que si se aprecia, es que el nivel de competitividad es bajo, aun en la región de Norteamérica no se aprecia una clara relación ente TIC y la competitividad, y si una gran heterogeneidad, hay empresas con competitividad alta y otras con resultados más modestos(World Economic Forum, 2014).

Tanto a nivel internacional como nacional, se hacen recomendaciones para usar y explotar la información que proveen los sistemas, como un ejemplo el siguiente: las compañías mexicanas deberían pensar en utilizar o actualizar sus sistemas de Enterprise Resources

Planner (ERP) para facilitar la gestión de todos los datos que se están generando diariamente en las distintas áreas de la empresa, facilitando la obtención en tiempo real de información clave para el desarrollo y crecimiento de la organización (SIEM, 2013).

Los Sistemas de Información promueven la competitividad de la PyME, según estudios de investigadores que sustentan tal afirmación, uno más es el de Barcena (2013), en el que se afirma que las pequeñas y medianas empresas (PyME) que invierten en Tecnologías de la Información aumentan hasta 12% su productividad en comparación con aquellas que no destinan un monto a esta tarea.

Según Laudon y Laudon (2012), hay cuatro estrategias genéricas, cada una de las cuales se habilita a menudo mediante el uso de tecnología y Sistemas de Información: Liderazgo de bajo costo, diferenciación de productos, enfoque de nichos de mercado y fortalecimiento de la intimidad con clientes y proveedores.

a) Liderazgo de bajo costo.

Usando los Sistemas de Información se pueden obtener los costos operacionales más bajos y los mejores precios mediante el uso de un sistema de inventarios y reabastecimiento excepcional al tiempo que se convierte en un sistema de respuesta eficiente al cliente enlazando directamente el comportamiento del consumidor con las cadenas de distribución, de producción y de suministro.

b) Diferenciación de productos.

Utilizando el Sistema de Información es posible modificar considerablemente la conveniencia del cliente al usar sus productos y servicios existentes, creando productos y

servicios adaptados a medida y personalizados para ajustarse a las especificaciones precisas de cada cliente.

c) Enfoque de nichos de mercado.

Los Sistemas de Información pueden apoyar el enfoque en un mercado específico y ofrecer un mejor servicio a éste mercado más pequeño que el resto de los competidores. Con herramientas que extraen datos de las más diversas fuentes, buscan patrones e infieren reglas a partir de ellas para guiar la toma de decisiones del cliente. Los análisis de dichos datos, impulsan el marketing creando mensajes con base en preferencias individuales.

d) Fortalecimiento de la intimidad con los clientes y proveedores.

Con los Sistemas de Información se puede estrechar los lazos con los proveedores, y desarrollar intimidad con los clientes. Estos lazos fuertes con clientes y proveedores aumentan los costos de cambio y la lealtad para la empresa.

Aun cuando están determinadas las estrategias genéricas que potencian el uso de Tecnologías y Sistemas de Información es claro que se deben alinear las tecnologías con los objetivos de negocios para obtener mayor rentabilidad.

1.3. Objetivo o propósito

Dadas las condiciones en que la PyME se desenvuelve actualmente, es importante que éstas desarrollen la capacidad de flexibilizar sus estrategias de forma tal que puedan hacer frente a los vertiginosos cambios en el entorno, utilizando herramientas que tengan un impacto en el incremento de su competitividad utilizando un mínimo de recursos de los que adolecen.

Este trabajo tiene como finalidad mostrar la influencia del uso de Sistemas de Información en la competitividad de la PyME del estado de Hidalgo, mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos con la aplicación de cuestionarios, para aportar elementos que clarifiquen la complejidad de estas empresas y la divulgación de los resultados le permita a los tomadores de decisiones elegir estrategias que promuevan su desarrollo y competitividad.

1.4. Problema de investigación

Es innegable que las características que presentan la PyME supone un reto importante para la adopción de Tecnologías y Sistemas de Información.

A la PyME le hace falta personal competente o especializado, generalmente el propietario no tiene la capacidad de liderazgo y los conocimientos necesarios para hacer funcionar el negocio.

Tiene deficiencias en su control financiero y generalmente pocos recursos financieros, comúnmente una PyME es una organización que suele iniciar operaciones con muy pocos recursos, que opera en un mercado concentrado y depende de un pequeño número de clientes. No cuentan con expertos en Tecnología de la Información dentro de su personal, debido a la falta de recursos económicos y su reducido tamaño, la PyME no puede contratar a profesionales de Tecnología de la Información o Sistemas de Información robustos (Passerini, El Tarabishy y Patten, 2012).

México es una nación en la que la mayoría de sus micro, pequeñas y medianas empresas nacen con el fin de que sus creadores sobrevivan económicamente, y no con el objetivo de

convertirse en un gran corporativo que genere empleos y sobresalga a escala internacional, como sucede en la gran mayoría de los países industrializados (Salgado, 2012).

Según Bessant y Tidd (2011), la PyME, no cuenta con sistemas formales de control administrativo, sus recursos son escasos, especialmente los financieros, tienen deficiencias en habilidades clave y una falta de experiencia respecto de los que puede suceder en un futuro. Además sus estrategias de dirección no están orientadas al largo plazo, no tienen una estructura formalizada y robusta ni planeada la sucesión, su manejo del riesgo es ineficiente, cuando cuenta con sistemas de innovación son débiles, no tienen acceso a recursos y se implementan en el ámbito interno.

2. Desarrollo

2.1. Metodología

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico basado en la encuesta del Mapa de Competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo aplicado a la PyME del estado de Hidalgo, fundamentándose en un proceso inductivo que va de lo particular a lo general, durante el periodo comprendido entre los meses de Agosto a Diciembre de 2012.

El instrumento fue propuesto, valorado y suministrado desde el macroproyecto —Hacia la determinación de la PyME Latinoamericana¹¹ para ser aplicado a las empresas que participaron en el estudio, debido a que éste trabajo se desprende de la participación en dicho macroproyecto, se utiliza el instrumento considerando que se garantiza su confiabilidad, al ser la herramienta seleccionada por los investigadores expertos que lideran el proyecto, además es utilizada y aceptada a nivel internacional.

Los datos obtenidos para cada PyME son valorados para cuantificar la competitividad en las nueve dimensiones del Mapa de Competitividad, el instrumento ha sido construido en el software *Microsoft Excel*, ésta herramienta realiza una revisión de cada una de las respuestas a las preguntas que han sido clasificadas por áreas. Se calculan los resultados y se indican con un puntaje entre cero y cinco de acuerdo con la situación de la empresa (1. Nunca, 2. Pocas veces, 3. Regularmente, 4. Con bastante frecuencia y 5. Siempre)(Baena B. & Botero B., 2008).

Para llevar a cabo esta investigación, se determinó la muestra con los siguientes datos:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Fuente: Moguel(2005). Ecuación de tamaño de muestra para una población finita.

El tamaño de la muestra se determinó empleando un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 5%, para una población de 80,261 PyME.

Dónde: n = tamaño muestral; N = tamaño de la población; e = error que se prevé cometer (5%, para éste proyecto); Z = coeficiente de confianza (1.96); p = prevalencia esperada del parámetro a evaluar, donde la opción más desfavorable (nivel de heterogeneidad) es $p = 70\%$ y $q = 1 - p = 30\%$

$$\frac{(1.96)^2 \cdot (0.7) \cdot (0.3)}{(0.05)^2} = 321$$

Por lo cual se utiliza a una muestra de 321 PyME de los sectores industrial, comercial y de servicios con la finalidad de poder realizar un análisis de manera integral que permita visualizar las diferencias y semejanzas entre ellos, se consultó de forma directa a los administradores de la PyME porque ellos conocen las particularidades de su empresa y

tienen la posibilidad de proporcionar los datos concretos que habrán de solicitarse para poder desarrollar el análisis, por otra parte son éstos mismos los principales beneficiados con la información que se obtenga en esta investigación.

2.2. Resultados.

Se presentan los resultados de la competitividad general para cada uno de los tipos y tamaños de empresas analizados, para describir el comportamiento de la PyME del estado de Hidalgo, haciendo siempre énfasis en la dimensión Sistemas de Información que es el tema de interés de este estudio.

En la tabla 3, se muestran detalles de la evaluación de la competitividad general de la PyME por sectores.

Tabla 3 Competitividad general de la PyME por sector económico

Sector	Industria	Comercio	Servicios
Competitividad general	.44	.60	.60

Fuente: Elaboración propia

2.3. Competitividad general en la PyME hidalguense del sector industria

En la tabla 4 se muestra la matriz de correlaciones que describe la interdependencia entre la competitividad general de la PyME del estado de Hidalgo del sector industria y cada una de las dimensiones de análisis que integran al instrumento que mide su competitividad.

Tabla 4 Matriz de correlaciones ^a para la PyME del sector industria

	Correlación con la competitividad general	Sig.
Planeación Estratégica	.885	.004
Aprovisionamiento	.761	.023
Aseguramiento de la Calidad	.844	.009
Comercialización	.882	.004
Contabilidad y Finanzas	.792	.017
Recursos Humanos	.827	.011
Gestión Ambiental	.644	.059
Sistemas de Información	.753	.025

a. Sólo aquellos casos para los que Sector: = Industria

Fuente: Elaboración propia

Al ordenar de forma ascendente las correlaciones mostradas en la tabla 4, se tiene que los Sistemas de Información ocupa la posición siete de las ocho dimensiones revisadas.

Sólo la dimensión Gestión Ambiental que aparece en el último lugar tuvo un nivel de significancia mayor a 0.05, ($0.059 > 0.05$) con lo cual excede el nivel de error permitido en este estudio y por lo cual no se considera que ésta dimensión tenga una correlación con la competitividad general a nivel micro de la PyME del estado de Hidalgo. En la tabla 5 se muestra la matriz de componentes resultado del análisis de componentes principales.

Tabla 5 Matriz de componentes ^{a, b}. Sector industria

Componente	1	2
-------------------	----------	----------

Planeación Estratégica	.905	.006
Aprovisionamiento	.735	.024
Aseguramiento de la Calidad	.839	-.530
Comercialización	.876	-.310
Contabilidad y Finanzas	.806	-.351
Recursos Humanos	.831	.459
Gestión Ambiental	.637	.705
Sistemas de Información	.770	.189
% de la varianza	68.510	13.81

Método de extracción: Análisis de componentes principales

- a. 2 componentes extraídos
- b. Sólo aquellos casos para los que Sector: = Industria

Fuente: Elaboración propia

Según el análisis de varianza total realizado con la herramienta estadística, el primer componente explica el 68.510% de la competitividad general y el segundo 13.814%, juntos explican el 82.324% de los casos.

2.4. Competitividad general en la PyME hidalguense del sector comercio

De acuerdo con los valores de la tabla 3, la competitividad general para la PyME del sector comercio fue en promedio de .60, justo en el límite superior del rango —Medianall (De .41 a .60).

Sobre la muestra de PyME del sector comercio, se aplicó el análisis de correlaciones y se obtuvo la matriz resumida en la tabla 6.

Tabla6 Matriz de correlaciones ^a para la PyME del sector comercio

	Correlación con la	Sig.
	Competitividad general	
Planeación Estratégica	.700	.000
Aprovisionamiento	.611	.000
Aseguramiento de la Calidad	.775	.000
Comercialización	.862	.000
Contabilidad y Finanzas	.851	.000
Recursos Humanos	.811	.000
Gestión Ambiental	.741	.000
Sistemas de Información	.852	.000

a. Sólo aquellos casos para los que Sector: = Comercio

Fuente: Elaboración propia

Todos los valores de correlación son mayores a 0, lo cual indica que existe correlación positiva. Las dimensiones donde el coeficiente de correlación fue más alto son: en primer lugar, la Comercialización (.862); en segundo lugar, los Sistemas de Información (.852) y en tercer sitio, Contabilidad y Finanzas (.851).

En la tabla 7, se muestran los resultados del análisis de componentes principales, en este caso se identificó un solo componente que explica el fenómeno y el resultado que la herramienta estadística reporta que explica el 65.516% la varianza.

Tabla7 Matriz de componentes ^a. Sector comercio

Planeación Estratégica	.660
Aprovisionamiento	.628
Aseguramiento de la calidad	.795
Comercialización	.870
Contabilidad y finanzas	.865
Recursos Humanos	.791
Gestión Ambiental	.772
Sistemas de Información	.845
% de la varianza	65.516

Método de extracción: Análisis de componentes principales

- a. 1 componentes extraídos
- b. Sólo aquellos casos para los que Sector: = Comercio, serán utilizados en la fase de análisis

Fuente: Elaboración propia

2.5. Competitividad general en la PyME hidalguense del sector servicio

En la tabla 3 se muestra la competitividad general de la PyME del sector servicios con una calificación de .60.

En la tabla 8 se resumen las correlaciones obtenidas mediante el análisis estadístico, todas las dimensiones tuvieron una correlación significativa al 99% de confianza.

La correlación más alta se encuentra en la dimensión Contabilidad y Finanzas (.877), seguida por la Comercialización (.847), la dimensión Sistemas de Información obtuvo la tercera posición (.826), los cuales son valores significativos y altos.

Tabla8 Matriz de correlaciones a para la PyME del sector servicio

	Correlación con la	Sig.
	Competitividad general	
Planeación Estratégica	.794	.000
Aprovisionamiento	.666	.000
Aseguramiento de la calidad	.811	.000
Comercialización	.847	.000
Contabilidad y finanzas	.877	.000
Recursos Humanos	.870	.000
Gestión Ambiental	.796	.000
Sistemas de Información	.826	.000

a. Sólo aquellos casos para los que Sector: = Servicio

Fuente: Elaboración propia

Con el análisis de componentes principales para la PyME de este sector, que se describe en la tabla 9, se obtuvo un componente que explica 70.240% de la varianza total, en este caso los Sistemas de Información obtuvieron en el orden de importancia la sexta posición.

Tabla9 Matriz de componentes ^a. Sector servicio

Planeación Estratégica	.765
Aprovisionamiento	.684
Aseguramiento de la calidad	.831

Comercialización	.849
Contabilidad y finanzas	.885
Recursos Humanos	.866
Gestión Ambiental	.820
Sistemas de Información	.810
% de la varianza	70.240

Método de extracción: Análisis de componentes principales

- a. 1 componentes extraídos
- b. Sólo aquellos casos para los que Sector: = Servicio

Fuente: Elaboración propia

2.6. Conclusiones

En relación con los antecedentes, los datos y resultados del análisis estadístico presentado anteriormente, se obtuvieron las siguientes conclusiones.

Los resultados de competitividad general de la PyME del sector comercio y servicios son semejantes (.60) el sector industria obtuvo un puntaje de .44, ambos valores se incluyen dentro del rango de mediana competitividad.

La información obtenida mediante el análisis de la dimensión Sistemas de Información muestra que la PyME hidalguense es poco competitiva en esta dimensión.

Por otra parte, el índice de correlación que existe entre la competitividad de la dimensión Sistemas de Información y competitividad general es bajo en el sector industria. Coincidentemente, éste es el resultado menos sobresaliente de los tres sectores analizados.

En el sector comercio, los resultados demuestran que el nivel obtenido en el uso de Sistemas de Información fue el segundo en importancia, aquí se puede observar que de acuerdo con el análisis estadístico aquellas PyME que mejor usan los Sistemas de Información, obtuvieron una mejor calificación en la competitividad general.

En el caso del análisis de componentes principales para este sector, se observa que el uso de Sistemas de Información fue la dimensión que ocupa la tercera posición en importancia, y esto resulta significativo dado que este componente explica el 65.516% de los resultados de la competitividad general.

Por otra parte, en el sector de los servicios, se presentaron resultados similares en el nivel de competitividad general y un nivel más significativo (segunda posición) según el análisis de correlación. En esta agrupación de PyME, el análisis de componentes principales reporta que un solo componente explica un 70.240% de la varianza total, aunque en orden de importancia, no se obtuvieron resultados sobresalientes pues se ubicó en la antepenúltima posición.

Los resultados obtenidos demuestran que el uso de Sistemas de Información en la PyME hidalguense es un factor determinante de la competitividad general a nivel micro y que la influye positivamente en buena medida.

Estos resultados coinciden con las aseveraciones de la OCDE y la CEPAL en el Informe de perspectivas económicas de América Latina 2013 en que se destaca la heterogeneidad estructural de la PyME Latinoamericana, y también en el uso de tecnología: *—Las PyMEs conforman un grupo heterogéneo a la hora de innovar, caracterizándose por la baja introducción de tecnologías y el escaso dinamismo* (OCDE/CEPAL, 2013).

En el caso del sector comercio (52.2% de las empresas del Estado), de las cuales 99.8 %, son PyME (INEGI, 2009), se observa un claramente una gran influencia, por lo cual implementar una estrategia que mejore el uso de Sistemas de Información según el análisis desarrollado en este estudio, tendría gran impacto en el nivel de competitividad general puesto que representan casi la totalidad del sector más numeroso en el Estado.

Por otro lado, en el sector servicios, (36.1 % en el estado de Hidalgo) también hay una representatividad alta y un grado de influencia muy importante, según lo demostrado por los resultados obtenidos, si estos dos sectores que en conjunto representan un 88.3% del total de PyME hidalguense se fortalecen en un área que representa un área de oportunidad para el incremento de la competitividad se podrían aumentar significativamente sus probabilidades de éxito.

La incorporación de Tecnología y Sistemas de Información, debe ser un proceso en que se realice el análisis que justifique su implementación y la planeación que otorgue la posibilidad de alcanzar mayores y mejores beneficios para la empresa.

Definitivamente, lo anterior no será posible si simplemente se adquieren Sistemas de Información con la ilusión de que mejorará todo de forma inmediata, por el contrario, se requiere de la implementación de una estrategia integral de mediano y largo plazo, no solamente al interior ni en el nivel micro (que ha sido el objeto de estudio de este trabajo), sino propiciar una interacción armónica que permita las condiciones para una implementación alineada con los objetivos organizaciones y con condiciones de operación favorables dispuestas a través de acciones gubernamentales, un cambio actitudinal en los propios empresarios así como una formación suficiente que le permita al elemento humano extraer el valor real que un Sistema de Información puede dar a la organización, finalmente se trata de una herramienta para el administrador.

3. Fuentes de consulta

- Baena, B. F., & Botero B. A., (2008). *Diagnóstico y plan de mejoramiento de las empresas Magicpan y Maxidelicias*. Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira Colombia.
- Moguel E.A.R. (2005). *Metodología de la Investigación*. Colección Héctor Merino Rodríguez, México:Univ. J. Autónoma de Tabasco.
- Barcena, A. (2013). *Coloquio "Inversiones para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa"*. IV Cumbre Empresarial Celac-UE.
- Bessant, J. y Tidd, J. (2007). *Innovation and entrepreneurship*. Italia :John Wiley & Sons.
- Chen J. y Wu J., (2004). Evaluation on SME'S Regional Competitiveness in China. *China Industrial Economy*, 2004
- IMCO. (2012). *¿Dónde quedó la bolita? Del federalismo de la recriminación al federalismo de la eficacia*. Índice de Competitividad Estatal 2012. Recuperado el

3 de mayo de 2013 de

http://imco.org.mx/indice_de_competitividad_estatal_2012/archivos/libro/Indice_de_Competitividad_Estatal_2012.pdf

INEGI. (2009). *Censos Económicos*, México.

ITESM.(2012). *La Competitividad de los Estados Mexicanos. Fortalezas ante la crisis*. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. Escuela de Graduados de Administración Pública y Política Pública. 576 pág.

Jinyan, S., Yinghua, Z. y Zhenfa P. (2008). *Research on competitiveness Assessment*. Model for the small and medium sized service enterprise

Katz, R. (2010). —La contribución de la banda ancha al desarrollo económico, en Jordán, Galperín, Peres (coordinadores), *Acelerando la revolución digital: banda ancha para América Latina y el Caribe*, CEPAL.

Laudon, K. C. y Laudon, J. P., (2012). *Sistemas de información gerencial*. 12ª. Edición. Ed. Pearson. 557 pág.

Liu, (2011). Evaluation on Small Enterprise's Competitiveness in Jilin Province.

Martínez F., Sánchez V., Somohano F., García L. y Marín S. (2008). *Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa* (estado de Hidalgo). Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México. 234 pág.

OCDE/CEPAL, (2013). *Perspectivas Económicas de América Latina 2013*.

Passerini, K., El Tarabishy, A., y Patten, K. (2012). *Information Technology for Small Business*. Springer New York.

PROCEL. (2013). *La innovación en México*. Recuperado de http://mim.promexico.gob.mx/wb/mim/ti_perfil_del_sector

Salgado, A. (2012). *Banco Mundial pide fortalecer a Pymes*. Consultado el 12 25 de octubre de 2012 disponible en <http://www.dineroenimagen.com/2012-10-18/9090>

SIEM. (2013). *E-factura, poco valorada por las pymes*. Recuperado de http://www.siem.gob.mx/siem/portal/notieventos/despliega_noticia.asp?gpo=&lenguaje=&t=108&user=¬icia=6328. Consultado el 22 de abril de 2013.

World Economic Forum. (20 de marzo de 2014). The Global Competitiveness Index data platform. Obtenido de <http://www.weforum.org/issues/competitiveness-0/gci2012-data-platform/>

Análisis de los premios al rendimiento académico de la eso en centros públicos y privados

Francisco Jesús Ferreiro Seoane

*Universidad de Santiago de Compostela. Facultad de Economía y Empresa.
Departamento de Economía Aplicada. Santiago de Compostela, España*

Daniel Álvarez Rojo

Universidad de A Coruña. Facultad de Economía y Empresa

RESUMEN:

La educación es uno de los pilares básicos de la sociedad actual y como tal son muchos los gobiernos que estudian el rendimiento de los alumnos. Una de las pruebas que se utilizan para analizar y premiar a aquellos estudiantes que mejor rendimiento han obtenido es el premio extraordinario autonómico de la ESO.

En este artículo se analizan los resultados obtenidos por los estudiantes presentados diferenciando por la titularidad del centro de procedencia de cada uno de los estudiantes.

Para realizar el análisis se ha utilizado el método de comparación a través de muestras independientes, con la prueba de Levene. La muestra está compuesta por 1.522 alumnos de 940 colegios públicos y 582 privados-concertados de Galicia correspondiente al periodo 2008-2013 que recibieron el premio extraordinario convocados por la Consellería de Educación de Galicia.

Palabras clave: Premio extraordinario, Galicia, centros públicos, privados-concertados.

1. Introducción

Dado que la educación permite el desarrollo futuro de Europa (Jorge & Satín, 2010) y es el motor que promueve la competitividad de la economía y la prosperidad de un país no es de extrañar que sea tema de numerosas investigaciones. Como las realizadas por Calero, Escardíbul & Choi (2012), Sánchez (2008) o García Castaño, Rubio Gómez & Bouachra (2008).

Algunos confieren al auto concepto y la motivación una mayor capacidad predictiva (Miñano & Castejón, 2008), otros dirigen sus estudios hacia las circunstancias personales como Alonso Tapia (2005), Bermejo (2005), Pena, Extremera & Rey (2011) o Woßmann (2010).

Los estudios de Mancebón-Torrubi, Martínez-Caraballo & Pérez-Ximénez (2007) centran este debate atendiendo al tipo de centro, y concluyen que las escuelas privadas son más eficaces que las públicas en la preparación académica del alumnado. Los estudios llevados a cabo por PISA reivindican esta misma teoría.

En el presente estudio se analiza si lo expuesto por Mancebón y Pérez-Ximénez es cierto y utilizamos los resultados del premio extraordinario de la ESO de Galicia para analizar los resultados de los alumnos en función a la titularidad del centro de procedencia. Determinando si el estudiar en un centro público o privado es relevante a la hora de explicar el rendimiento de los disidentes.

1. La prueba extraordinaria de la ESO

Una vez conseguida la universalización de la enseñanza, es necesario aumentar la calidad de la formación recibida por todos los estudiantes. Con el fin de que los alumnos obtengan los mejores resultados posibles, la mayoría de los países han

desarrollado sistemas para la evaluación del aprendizaje y miden la cualificación de los alumnos como son los premios extraordinarios en los distintos niveles educativos.

Desde el curso 2007-2008 se llevan a cabo las pruebas extraordinarias de Galicia para otorgar los premios extraordinarios de Educación Secundaria Obligatoria (Xunta de Galicia, 2012a, b).

Los premios constan de dos apartados. Uno dirigido al alumnado que durante esta etapa había demostrado su constancia y capacidad para superar las especiales condiciones de desventaja personal, familiar o social y ofrece 20 premios extraordinarios al esfuerzo y superación personal. El otro tiene como finalidad premiar el rendimiento académico a 20 estudiantes que destacan por la excelencia de sus resultados académicos. En estos son en los que nos centramos para llevar a cabo nuestro estudio.

El premio es de 750 € para cada uno de los 20 galardonados, un diploma acreditativo y su anotación en el expediente académico. Todo ello no debe ser motivación suficiente dada las bajas calificaciones obtenidas por los estudiantes que realizan dicha prueba. A pesar de ser alumnos de amplio nivel demostrado. A ello no ayuda el hecho de que dicho test se realice una vez terminado el verano.

La prueba consta de dos bloques, uno de ellos referido al ámbito sociolingüístico compuesto por pruebas referentes a las asignaturas de lengua gallega y literatura, lengua castellana y literatura y la primera lengua extranjera y otro al ámbito científico-matemático en la cual se evalúan los conocimientos adquiridos en el campo de ciencias sociales, geografía e historia, matemáticas y una a escoger entre biología y geología, educación plástica y visual, física y química, latín, música y tecnología.

Es necesario obtener cinco puntos en cada una de las asignaturas y el resultado para acceder al premio se obtiene mediante la suma de las calificaciones de las materias que la componen. En el caso de alumnado con exención en lengua gallega ésta no computará.

Nosotros utilizamos los resultados obtenidos por los alumnos en este premio para clasificarlos en función a la titularidad del centro de procedencia y analizar si el estudiar en uno u otro es relevante para el rendimiento del estudiante.

2. El sistema educativo español

Desde el año 1985 en el que la Ley Orgánica Reguladora del Derecho a la Educación (LODE) definió el sistema educativo español en los niveles no universitarios existe en España una escuela pública y una privada. Dentro de la privada existen los denominados centros concertados cuyo titular es una persona física o jurídica de carácter privado pero que son sostenidos con fondos públicos en virtud del régimen de conciertos.

Un centro público es aquel que está sostenido con fondos públicos y controlados públicamente e imparte los ciclos educativos obligatorios (desde los 6 hasta los 16 años). La enseñanza es laica y gratuita, respeta las diferentes creencias y es ajena a prácticas doctrinarias. Los estudiantes son admitidos en el centro según determinados factores, tales como la renta familiar, la proximidad del centro con el domicilio y la presencia de otros hermanos o hermanas en el centro.

Un centro concertado es un centro privado que establece un acuerdo con la Administración pública para ser subvencionado con fondos públicos obligándolos a adaptarse a ciertos condicionantes establecidos por el gobierno, como límite de

alumnos por clase, fechas, admisiones etc. y el resto de servicios del colegio deben pagarlos los padres (comedor, transportes, actividades extraescolares...).

Y un centro privado se trata de una empresa privada de educación financiada exclusivamente por los padres de los alumnos. Por lo tanto, tienen completa libertad de gestión y cierta libertad de currículum, dentro de los límites establecidos por el gobierno. El límite de plazas y el acceso a las mismas depende de los condicionantes y criterios establecidos por el propio colegio, así como los cursos que deseen impartir.

Según los últimos datos aportados por el informe Pisa (2012), la media de los discentes que asisten a centros públicos en los países de la OECD es casi del 85%. El 10,9% se escolariza en centros privados subvencionados con fondos públicos (en España, centros concertados), mientras que sólo el 4,2% restante está matriculado en centros privados independientes.

Asimismo el informe PISA *Top of de classe* señala que el porcentaje de los alumnos con rendimiento excelente, que estudian en los centros públicos es del 9%, en menor medida que en los centros privados que es del 14% (Jiménez Fernández & García Perales, 2013).

3. La titularidad del centro y sus consecuencias

Consideramos que el rendimiento académico recoge la capacidad del sistema educativo de transmitir contenidos y/o competencias al alumnado. Los controles más utilizados a día de hoy son las pruebas nacionales de diagnóstico o los exámenes internacionales del estilo PISA (Programme for International Student Assessment), OCDE, TIMSS o PIRLS (Trends in International Mathematics and Science Study) de la

IEA. Las pruebas de nivelson, por tanto, un método ideal para cuantificar la calidad de los centros diferenciando entre la titularidad del centro.

Numerosos estudios analizan si existen diferencias en el rendimiento académico en función de la titularidad de los centros educativos.

A este respecto, Mancebón-Torrubi, Martínez-Caraballo & Pérez-Ximénez (2007) concluyen que las escuelas privadas son mejores.

Witte (1992) no descubre evidencias suficientes que permitan confirmar diferencias significativas entre los rendimientos educativos entre unos centros y otros. La misma tendencia presenta el Informe de Coleman, Hoffer y Kilgore (1982) que aseguran que los centros escolares tienen poca influencia en los logros académicos de los estudiantes y que existen otros inputs, como son las características personales y familiares que determinan el output educativo. Otros autores como Calero, Escardíbul & Choi (2012) y Cordero Ferrera, Crespo Cebada & Pedraja Chaparro (2013) también concluyen que no existe una diferencia significativa en relación a la titularidad del centro.

Por su parte Sánchez (2008) justifica las diferencias en el rendimiento académico de los alumnos de los centros públicos por la inferior calidad de los recursos y el mayor número de alumnos de origen inmigrante respecto a los privados. Otros autores como Perelman & Santín (2011) cuestionan la superioridad de los centros privados alegando motivos como el —efecto composición‖ del alumnado escolarizado en unos y otros. Así Calero et al. (2012) afirma que el rendimiento de los alumnos es superior en los centros de titularidad privada-concertada sobre los de titularidad pública, o Choi & Calero (2012), que afirman que este hecho se explica principalmente por las diferencias entre el perfil del alumnado escolarizado en los centros públicos y privados-concertados.

Como se puede apreciar, existe multitud de estudios al respecto con resultados y conclusiones muy diversas.

El presente artículo aborda este mismo campo de estudio a través del premio extraordinario de la ESO.

4. Objetivo

El objeto de este trabajo es comprobar si existen diferencias significativas en el rendimiento entre el alumnado de los centros públicos y privados-concertados de la comunidad autónoma de Galicia mediante el análisis los resultados de los alumnos que acuden al premio extraordinario de la ESO de los años 2008-09, 2009-10, 2010-11, 2011-12 y 2012-2013.

5. Método

5.1. Muestra

La muestra representa a la totalidad del alumnado que se presentó a esta prueba para el período 2008-2013²⁵. De los 1.522 alumnos que tienen derecho a optar al premio extraordinario, 940 pertenecen a centros públicos (61,76 %) y 582 a centros privados-concertados (38,24 %).

Se observa de esta manera, una tendencia positiva a favor de los centros privados dado que dichos centros representan según PISA *Top of de class*(2012) del 15% del alumnado europeo.

²⁵ La Consellería de Cultura no ha podido facilitar los datos de las pruebas optativas que correspondían al curso 2009/10.

5.2. Hipótesis

A continuación se formulan las hipótesis que forman el presente artículo:

- 1) Existen diferencias significativas en las notas medias generales en función del centro.
- 2) Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Extranjera en función del centro.
- 3) Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Castellana en función del centro.
- 4) Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Gallega en función del centro.
- 5) Existen diferencias significativas en la nota media de Ciencias Sociales y Geografía e Historia (CSGH) en función del centro.
- 6) Existen diferencias significativas en la nota media de Matemáticas en función del centro.
- 7) Existen diferencias significativas en la nota media de Biología y Geología en función del centro.
- 8) Existen diferencias significativas en la nota media de Física y Química en función del centro.
- 9) Existen diferencias significativas en la nota media de Latín en función del centro.
- 10) Existen diferencias significativas en la nota media de Educación Plástica en función del centro.
- 11) Existen diferencias significativas en la nota media de Música en función del centro.

- 12) Existen diferencias significativas en la nota media de Tecnología en función del centro.

5.3. Análisis de las hipótesis planteadas

Para verificar el cumplimiento de las hipótesis se utiliza el método de comparar a través de muestras independientes, utilizando el test de Levene en el paquete estadístico SPSS versión 21.0.0.0. De esta manera se comprueba si las hipótesis nulas resultan significativas o no.

Primero realizamos el test de Levene para contrastar la hipótesis nula de varianzas iguales y posteriormente nos fijamos en la fila de varianzas iguales, y volvemos a comprobar que el p-valor es mayor a 0.05, lo que nos lleva a aceptar o rechazar la hipótesis nula y deducir la veracidad de las hipótesis.

La primera hipótesis es que -Existen diferencias significativas en las notas medias generales en función de la titularidad del centro, tal y como indican Mancebón-Torrubi, Martínez-Caraballo & Pérez-Ximénez (2007) así como los estudios llevados a cabo por PISA que reivindican la misma teoría.

Al comenzar el análisis se aprecia unas notas medias globales muy inferiores a las medias habituales de los alumnos. En un análisis rápido se puede observar un resultado medio superior en los centros privados (5,52) frente a los 5,33 de los centros públicos. Una diferencia positiva a favor de los centros privados.

Tabla 2. Notas medias de los exámenes clasificados por titularidad del centro

(2008-13)

	L. Extranjer a	L. Castellan a	L. Gallega	CSG H	Matemátic a s	Optativ a	Genera l
2008/09	7,72	5,91	6,55	4,35	5,48	4,59	5,77
Privada	7,86	6,10	6,53	4,55	5,87	4,39	5,88
Pública	7,64	5,80	6,57	4,24	5,26	4,71	5,70
2009/10	7,82	4,63	5,64	5,43	3,58	4,87	5,33
Privada	8,01	4,56	5,78	5,66	3,78	5,00	5,46
Pública	7,67	4,68	5,53	5,25	3,43	4,77	5,22
2010/11	7,42	5,50	4,94	5,24	3,20	4,49	5,13
Privada	7,58	5,54	4,98	5,45	3,30	4,60	5,24
Pública	7,31	5,47	4,91	5,10	3,13	4,40	5,05
2011/12	7,85	6,06	5,69	3,68	4,72	3,67	5,27
Privada	8,34	6,27	5,67	3,81	4,88	3,60	5,42
Pública	7,61	5,95	5,69	3,61	4,64	3,70	5,20
2012/13	6,24	6,30	5,56	3,11	5,11	3,61	4,98
Privada	6,54	6,03	5,04	2,79	4,77	3,57	4,79
Pública	6,05	6,48	5,89	3,32	5,32	3,64	5,11
Total	7,43	5,67	5,74	4,09	4,73	4,25	5,31
Privada	7,67	5,64	5,64	4,88	4,13	4,26	5,37
Pública	7,28	5,78	5,70	4,63	4,06	4,23	5,28

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por la Consellería de Cultura (Xunta de Galicia)

Con un análisis más exhaustivo se observa que cada año el estudiantado de dichos centros sacan mejores calificaciones de media, salvo en el último. Después de comprobar que el p-valor es mayor a 0.05, rechazamos la hipótesis nula y deducimos que no existen diferencias de resultados entre los estudiantes de uno u otro centro a pesar de la tendencia positiva que nos lleve a pensar lo contrario.

No podemos obviar que el 62% de nuestra muestra son estudiantes de centros públicos, por lo que hay una mayor parte de alumnos con notas de sobresaliente procedente de este tipo de titularidad. Algo que se puede considerar lógico al ser los centros con mayor número de alumnos.

Segunda hipótesis: -Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Extranjera en función de la titularidad del centro.

Los alumnos de centros privados suelen obtener mejores calificaciones tal y como lo acredita el 44% del alumnado que tienen superado el First Certificate de Cambridge.

Cabe destacar que es la materia de mayor nota media. Además la desviación típica interanual es la más baja de todas las asignaturas. Lo que recalca la importancia que se le otorga a dicha materia en los estudios.

Para verificar el cumplimiento de la hipótesis anterior y ver si existe una superioridad a favor de los colegios privados analizamos en los anexos que las varianzas son iguales, con un resultado altamente significativo Sig (bilateral)=0,000. Por tanto, podemos concluir que los centros privados obtienen mejores resultados en esta asignatura.

La tercera hipótesis: -Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Castellana en función de la titularidad del centro.

Esta materia presenta una mayor variabilidad, llegando incluso a tener un media de suspenso en el curso 2009/10. Presenta un comportamiento muy similar a otra materia como es Lengua Gallega, donde la variabilidad y los resultados de los alumnos en el periodo analizado son muy distintos a los que encontramos en Lengua Extranjera.

En los anexos contemplamos el incumplimiento de esta hipótesis, no siendo la titularidad del centro de estudio significativa en este campo.

Cuarta hipótesis: -Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Gallega en función de la titularidad del centro.

En el año 2010/11 (tabla 2) se puede observar el único suspenso de esta materia en los años analizados. Volvemos a mencionar que en dicha asignatura y la de Lengua Castellana presentan una variabilidad similar entre ambos grupos estudiados, muy distinta a la observada en la de Lengua Extranjera.

En los anexos se observa el incumplimiento de la hipótesis. La titularidad del centro no se muestra relevante en la explicación de los resultados en esta materia.

Con respecto a la quinta hipótesis: -Existen diferencias significativas en la nota media de Ciencias Sociales y Geografía e Historia (CSGH) en función de la titularidad del centro, es necesario destacar las bajas calificaciones alcanzadas por los alumnos.

En la tabla 2 se aprecia que sólo en dos cursos la nota media ha sido superior al aprobado. Posteriormente en los anexos se observa que los centros privados obtienen mejores resultados todos los años, siendo la segunda mayor diferencia entre las asignaturas analizadas confirmando la hipótesis inicial. El informe PISA ya concluyó en su estudio la mejor preparación de los alumnos que acuden a centros privados.

Para finalizar analizamos la última materia troncal que constituye la ESO y sexta hipótesis: -Existen diferencias significativas en la nota media de Matemáticas en función de la titularidad del centro.

Debemos reflejar que la nota media es la más baja con respecto a las demás asignaturas. Los estudiantes de centros privados obtuvieron en todos los años mayores notas, siendo después de Lengua Extranjera y CSGH, la materia donde existe una mayor diferencia entre los grupos analizados. También se aprecia una alta variabilidad de las notas interanual. Parece estar en concordancia con Mancebón-Torrubi (2007) y OECD(2012) concluyen que las escuelas privadas son más eficaces que las públicas en la preparación académica del alumnado.

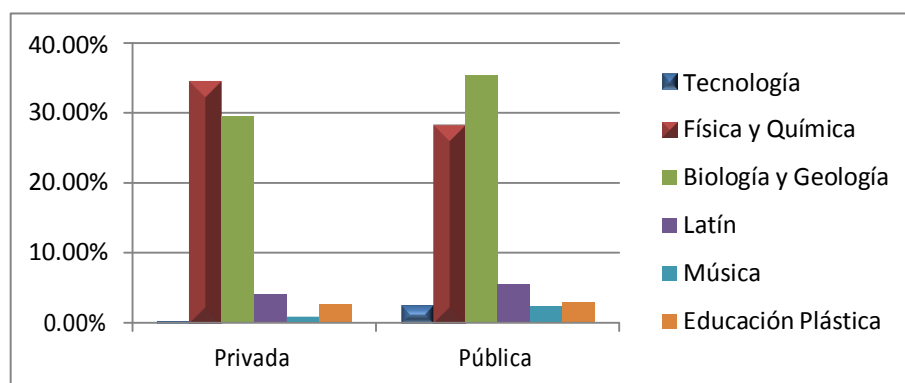
En los anexos al existir una Sig (bilateral) $>0,05$ no se puede asegurar que estudiar en uno u otro centro garantice unos mayores resultados a su alumnado, siendo por tanto una diferencia no significativa.

Por el momento se han analizado las asignaturas obligatorias observando que los centros privados adquieren mejores resultados en las materias de Lengua Extranjera y Ciencias Sociales, Geografía e Historia. Lo cual está en consonancia con lo que afirma Calero et al. (2012), siendo las demás diferencias entre uno y otro centro no relevantes.

A continuación vamos a realizar un análisis de las asignaturas optativas. De las seis existentes el alumnado debe escoger una, por lo que la muestra tiende a disgregarse y aparecer muestras poco consistentes para poder continuar con el presente análisis en algunas materias. Se observa que el número de alumnos matriculados en Biología y Geología asciende al 42,2 %, seguido con el 41,6 % de los alumnos de Física y Química, y juntos representan el 83,8% del total de los estudiantes.

En el siguiente gráfico se observa como se decantan los alumnos de los distintos centros. En los centros privados predomina el alumnado que optó por Física y Química mientras que en los centros públicos está más presente los estudiantes que optan por la materia optativa de Biología y Geología.

Gráfico 1 Elección de optativas respecto al total en % de presentados 2008-13



Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por la Consellería de Cultura (Xunta de Galicia)

En las siguientes hipótesis se analizan los resultados acaecidos en cada una de las materias optativas. Empezaremos con aquellas con mayor asistencia y donde las muestras son suficientemente amplias: la séptima y octava hipótesis.

La séptima hipótesis: -Existen diferencias significativas en la nota media de Biología y Geología en función de la titularidad del centro.

En los anexos se aprecia una alta desviación según la titularidad del centro, se asume varianzas iguales y con un Sig (bilateral) superior al 0,05, debemos señalar que no existen diferencias significativas entre los centros privados y públicos en la asignatura de Biología y Geología.

Octava hipótesis: -Existen diferencias significativas en la nota media de Física y Química en función de la titularidad del centro.

La nota media en Física y Química es menor a la de Biología y Geología. Se puede observar que salvo en el año 2010/11, los centros privados obtuvieron una nota media de aprobado. El resto de los años, en ambas asignaturas, el promedio ha sido de suspenso, tanto en colegios privados como públicos.

Los anexos determinan, que al igual que en la anterior optativa, no se cumple la hipótesis pues se observa que al presentar una Sig. (bilateral) $> 0,05$, las notas de esta asignatura no pueden ser explicadas en función de la titularidad del centro donde se estudie.

Una vez analizadas las principales optativas y visto que no existe distinción entre estudiar en un centro u otro para augurar unas mayores cualificaciones y preparación. Nos centramos en las restantes optativas.

Novena hipótesis: -Existen diferencias significativas en la nota media de Latín en función de la titularidad del centro.

Esta asignatura es la que obtiene mejores notas a lo largo de los períodos analizados en relación a las asignaturas optativas. Destacando los alumnos de los centros públicos por encima de los demás. Sin embargo, si estudiamos la clasificación entre la titularidad del centro, los anexos muestran que no existe diferencias significativas entre los resultados de los estudiantes de ambos centros.

Con respecto a la materia de Educación Plástica y Visual y décima hipótesis, hay que destacar la escasez de la muestra provocando que a pesar de que el estudiantado de centros privados obtenga mayores rendimientos que los de los colegios públicos se

rechaza la hipótesis nula de que exista diferencia entre el estudiantado de ambas titularidades. No pudiéndose probar las conclusiones de Sánchez (2008).

Undécima hipótesis: -Existen diferencias significativas en la nota media de Música en función de la titularidad del centro.

Tal y como la anterior hipótesis, se concluye que no se cumple la hipótesis planteada, principalmente por la falta de mayores datos estadísticos.

La última y duodécima hipótesis consiste en que -Existen diferencias significativas en la nota media de Tecnología en función de la titularidad del centro.

Al igual que las anteriores hipótesis, el tener un tamaño muestral insuficiente no permite un análisis estadístico concluyente por lo que se descarta la hipótesis nula.

Tabla 3: Resultados de las hipótesis formuladas

Hipótesis	Formulación	Se cumple	A favor del centro
Hipótesis 1	Existen diferencias significativas en las notas medias generales	No	-
Hipótesis 2	Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Extranjera	Si	Privado
Hipótesis 3	Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Castellana	No	-
Hipótesis 4	Existen diferencias significativas en la nota media de Lengua Gallega	No	-

Hipótesis 5	Existen diferencias significativas en la nota media de Ciencias Sociales y Geografía e Historia (CSGH)	Si	Privado
Hipótesis 6	Existen diferencias significativas en la nota media de Matemáticas	No	-
Hipótesis 7	Existen diferencias significativas en la nota media de Biología y Geología	No	-
Hipótesis 8	Existen diferencias significativas en la nota media de Física y Química	No	-
Hipótesis 9	Existen diferencias significativas en la nota media de Latín	No	-
Hipótesis 10	Existen diferencias significativas en la nota media de Educación Plástica y visual	No	-
Hipótesis 11	Existen diferencias significativas en la nota media de Música	No	-
Hipótesis 12	Existen diferencias significativas en la nota media de Tecnología	No	-

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

De los que se presentaron al premio extraordinario de la ESO, al cual sólo tuvo acceso el 1.5% del alumnado y alcanzaron el premio un 6% de los presentados, existe una tendencia a favor de aquellos que proceden de un centro privado y existe indicios que indica que es positivo estudiar en centros de titularidad privada para las materias de Inglés y CSHG.

El promedio del resultado general es de 5,40. Es una nota baja para un alumnado que suele tener una media superior a 9 en toda la ESO, lo que indica la falta de motivación e interés de los alumnos que acuden a la prueba extraordinaria.

Realizando un análisis en profundidad, se observa que el mayor rendimiento se obtiene en Lengua Extranjera y el peor en Matemáticas (tabla 2) y de las materias optativas más representativas (Física y Química y Biología y Geología) se destaca Física y Química como la que alcanza peores resultados.

Con respecto a las doce hipótesis observamos que únicamente resulta significativo el realizar los estudios en uno u otro centro en el caso de la materia de Lengua Extranjera y CSHG, existiendo una tendencia positiva hacia los centros privados sin llegar a ser representativa.

No es posible obtener conclusiones válidas para las materias optativas causadas por la escasez de la muestra, no permitiendo obtener resultados concluyentes en algunas de ellas.

Por tanto, se demuestra que un alumno que acuda a un centro privado obtiene de media mejores resultados de manera significativa en CSHG e Idiomas Extranjeros. Además, existe una tendencia a favor de obtener unos mayores resultados en materias como en Lengua Castellana, Gallega y Matemáticas y en optativas como: Física y Química,

Tecnología y Educación Plástica y Visual, mientras que los estudiantes de los centros públicos superarían a los de los centros privados en Latín, Música y Biología y Geología, si bien estadísticamente no tiene relevancia significativa.

Bibliografía

ALONSO TAPIA, J. (2005). Motivaciones, expectativas y valores - intereses relacionados con el aprendizaje: el cuestionario MEVA. *Psicothema*, 17 (3), 404-411.

BARCA, A., PERALBO, M.&BRENLLA, J.C. (2004). Atribuciones causales y enfoques de aprendizaje. La escala Siacepa. *Psicothema*, 16 (1), 94 - 103.

BERMEJO, V. (2005). Microgénesis y cambio cognitivo: adquisición del cardinal numérico. *Psicothema*, 17 (4), 559-562.

BROC, M.A. (2006). Motivación y rendimiento académico en alumnos de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato LOGSE. *Revista de Educación*, (340), 379-414.

CALERO, J. &WAISGRAIS, S. (2009). Factores de desigualdad en la educación española: una aproximación a través de las evaluaciones de PISA. *Papeles de economía española*, 119, 86-98.

CALERO, J.; ESCARDÍBUL, J.O. &CHOI, Á. (2012). El fracaso escolar en la Europa mediterránea a través de pisa-2009: radiografía de una realidad latente. *Revista Española de Educación Comparada*, 19, 69-103.

COLEMAN, J.; HOFFER, T. & KILGORE, S. (1982). High school achievement. Public, catholic and private schools compared. Basic Books, Inc, Publishers. New York.

CORDERO FERRERA, J.M., CRESPO CEBADA, E. & PEDRAJA CHAPARRO, F. (2013). Rendimiento educativo y determinantes según PISA: Una revisión de la literatura en España. *Revista de Educación*, 362.

ESTÉVEZ, A. & GUTIÉRREZ-CALVO, M. (2002). Context constraints, prior vocabulary knowledge and on-line inferences in reading. *Psicothema*, 14 (2), 357-362.

GARCÍA CASTAÑO, F.J., RUBIO GÓMEZ, M. & BOUACHRA, O. (2008). Población inmigrante y escuela en España: Un balance de la investigación. *Revista de Educación*, 345 [De inmigrantes a minorías: temas y problemas de la multiculturalidad], 23-60.

JIMÉNEZ FERNÁNDEZ, C. & GARCÍA PERALES, R. (2013). Los alumnos más capaces en España. Normativa e incidencia en el diagnóstico y la educación, *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 24 (1), 7-24.

JORGE, J. & SANTÍN, D. (2010). Determinantes de la eficiencia educativa en la Unión Europea. Hacienda Pública Española, *Revista de Economía Pública*, 193 (2), 131-156.

MANCEBÓN-TORRUBIA; M^a J., MARTÍNEZ-CARABALLO, N. & PÉREZ-XIMÉNEZ, D. (2007). *Un análisis de la calidad percibida por los estudiantes en los centros públicos y privados de enseñanza secundaria. XVI Jornadas de la Asociación*

de *Economía de la Educación*. Recuperado en

<http://works.bepress.com/domingoperez/4/>

MEUNIER, M. (2011). Immigration and student achievement: Evidence from Switzerland, *Economics of Education Review*, 30 (1), 16-38.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN CULTURA Y DEPORTE (2012): Datos y Cifras curso escolar 2010/2011. Madrid: MECD.

MIÑANO, P. &CASTEJÓN, J.L. (2008). Capacidad predictiva de las variables cognitivo-motivacionales sobre el rendimiento académico. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 11, 1-13.

OECD (2012) PISA 2009 Technical Report, PISA OECD Publishing.

PENA GARRIDO, M., EXTREMERA PACHECO, N. &REY PEÑA, L. (2011). El papel de la inteligencia emocional percibida en la resolución de problemas sociales en estudiantes adolescentes. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 22 (1), 69-79.

PERELMAN, S. &SANTÍN, D. (2011) *Measuring educational efficiency at student level with parametric stochastic distance functions: an application to Spanish PISA results*. *Education Economics*, 19 (1), 29-49.

PISA 2012. Programa para la Evaluación Internacional de los Alumnos. Informe español. Volumen I. Resultados y contexto. Disponible en <http://www.mecd.gob.es/inee/estudios/pisa.html>

SALINAS, J. & SANTÍN, D. (2012). Selección escolar y efectos de la inmigración sobre los resultados académicos españoles en PISA 2006. *Revista de Educación*, 358, 382-405.

SÁNCHEZ, A. (2008): Efectos de la inmigración en el sistema educativo: el caso español. Tesis doctoral, Universidad de Barcelona.

XUNTA DE GALICIA. Decreto 133/2007, de 5 de julio, por el que se regulan las enseñanzas de la educación secundaria obligatoria en la Comunidad Autónoma de Galicia.

XUNTA DE GALICIA (2012a): DOG (Diario Oficial de Galicia). Orden del 3 de agosto de 2012 por la que se convocan los premios extraordinarios de educación secundaria obligatoria al rendimiento académico correspondientes al curso 2011/12.

XUNTA DE GALICIA (2012b). Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria: Información del Premio Extraordinario de la ESO 2012. Disponible en <https://www.edu.xunta.es/premioseso>.

XUNTA DE GALICIA (2012c). Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria: Avaluación de Diagnóstico de Galicia 2011-2012. Informe de resultados. Santiago de Compostela.

WITTE, J.F. (1992): Private school versus public school achievement: are there findings that affect the educational choice debate?, *Economics of Education Review*, 11 (4), 371- 394.

WOBMANN, L. (2010). Families, schools and primary-school learning: evidence for Argentina and Colombia in an international perspective, *Applied Economics* 42, 2645–2665.

Anexo I. Estadísticas de grupo de las notas obtenidos según la titularidad del centro para el período 2008-2013 en el premio extraordinario de la ESO

Titularidad		N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Nota media	P ü	940	5,289	1,1793	,0385
	Pr	582	5,376	1,1318	,0469
Nota Inglés	P ú	940	7,279	1,3942	,0455
	Pr	582	7,669	1,3299	,0551
Nota Castellano	P ú	940	5,785	1,8362	,0599
	Pr	582	5,644	1,7640	,0731
Nota Gallego	P ú	940	5,695	1,8824	,0614
	Pr	582	5,639	1,9274	,0799
Nota Matemáticas	P ú	939	4,070	2,6216	,0856
	Pr	582	4,134	2,5535	,1058

Nota CSGH	P ú	939	4,632	1,8481	,0603
	Pr	582	4,880	1,7169	,0712
Nota Música	P ú	22	5,0273	2,12540	,45314
	Pr	5	4,3600	2,94075	1,31514
Nota Tecnología	P ú	24	4,7708	2,00640	,40955
	Pr	2	5,2500	,35355	,25000
Nota Latín	P ú	52	6,3596	1,96481	,27247
	Pr	24	6,0458	1,73079	,35330
Nota Plástica	P ú	28	4,7607	2,34352	,44288
	Pr	15	5,7733	2,40252	,62033
Nota Física y Química	P ú	266	3,4414	2,21423	,13576
	Pr	201	3,6343	2,15853	,15225
Nota Biología y Geología	P ú	333	4,3306	2,08486	,11425
	Pr	172	4,3157	1,95641	,14917

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por la Consellería de Cultura (Xunta de Galicia)

Anexo II. Prueba de muestras independientes según la titularidad del centro para el período 2008-2013

		Prueba de Levene de calidad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
Nota media	Se asumen varianzas iguales	,900	,343	-1,433	1520	,152	-,0878	,0613	-,2079	,0324
	No se asumen varianzas iguales			-1,447	1269,676	,148	-,0878	,0607	-,2068	,0312
Nota Inglés	Se asumen varianzas iguales	4,723	,030	-5,389	1520	,000	-,3894	,0723	-,5311	-,2477
	No se asumen varianzas iguales			-5,449	1275,325	,000	-,3894	,0715	-,5296	-,2492

	varianzas iguales									
Nota	Se asumen	,351	,554	1,481	1520	,139	,1413	,0954	-,0459	,3284
Castellano	varianzas iguales									
	No se asumen			1,495	1268,749	,135	,1413	,0945	-,0441	,3267
Nota	Se asumen	,111	,739	,560	1520	,576	,0561	,1002	-,1405	,2526
Gallego	varianzas iguales									
	No se asumen			,557	1208,974	,578	,0561	,1008	-,1416	,2538
Nota	Se asumen	,259	,611	-,464	1519	,643	-,0635	,1369	-,3321	,2051
Matemáticas	varianzas iguales									
	No se asumen			-,467	1256,081	,641	-,0635	,1361	-,3305	,2035
	varianzas iguales									

Nota CSGH	Se asumen varianzas iguales No se asumen varianzas iguales	4,712	,030	- 2,604	1519	,009	-,2472	,0949	-,4333	-,0610
Nota Música	Se asumen varianzas iguales No se asumen varianzas iguales	1,224	,279	,592	25	,559	,66727	1,12739	- 1,65464	2,989 19
Nota Tecnología	Se asumen varianzas iguales No se asumen varianzas iguales	3,715	,066	-,331	24	,743	-,47917	1,44655	- 3,46471	2,506 37
Nota Latín	Se asumen varianzas	1,990	,162	,671	74	,504	,31378	,46768	- -,61809	1,245 65

	iguales									
	No se asumen varianzas iguales			,703	50,448	,485	,31378	,44616	-,58216	1,20972
Nota Plástica	Se asumen varianzas iguales	,001	,977	-	41	,188	-	,75636	-	,51487
	No se asumen varianzas iguales			1,339			1,01262		2,54011	7
	No se asumen varianzas iguales			-	28,121	,195	-	,76220	-	,54838
	Se asumen varianzas iguales			1,329			1,01262		2,57362	8
Nota Física y Química	Se asumen varianzas iguales	,159	,690	-,943	465	,346	-,19297	,20472	-,59526	,20931
	No se asumen varianzas iguales			-,946	436,311	,345	-,19297	,20399	-,59390	,20795
Nota Biología y Geología	Se asumen varianzas iguales	1,060	,304	,078	503	,938	,01493	,19175	-,36180	,39166
	No se asumen varianzas iguales			,079	365,64	,937	,01493	,18790	-,35457	,3844

asumen				5						3
varianzas										
iguales										

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por la Consellería de Cultura (Xunta de Galicia)

Un Primer Análisis de la Innovación Tecnológica en México: ¿No hay Impacto del Capital Humano?

EduardoM. Moctezuma-Navarro

Escuela Superior de Economía del Instituto Politécnico Nacional. Ciudad de México, México

Maximiliano Gracia-Hernández

El Colegio del Estado de Hidalgo. Pachuca de Soto, México.

Resumen. Este trabajo tiene por objetivo hacer un análisis inicial sobre los determinantes de la innovación tecnológica a nivel nacional, para lo cual se emplea una función de acumulación de conocimiento a partir de la teoría del crecimiento endógeno y se amplía parte de un estudio reportado en la literatura, pero esta vez para un período más largo y en principio más representativo del escenario mexicano agregado; tras corregir una limitante teórica en dicho estudio. La metodología utilizada hace uso del modelo básico de crecimiento

endógeno pero extendido a partir de una propuesta asociada al enfoque de capacidades nacionales. Los resultados indican que el capital humano no tiene el peso teóricamente esperado y no es significativo para reproducir la dinámica de innovaciones tecnológicas (cuando éstas se aproximan por el comportamiento de las patentes concedidas). El stock de conocimientos sí cumple las expectativas teóricas como impulsor fundamental de las innovaciones, pero la ausencia del capital humano como partícipe en la generación de las mismas, sugiere que

el caso mexicano no hace válido el marco teórico de generación de ideas planteado por Romer.

I. INTRODUCCIÓN

Para autores como Rodríguez y Guadarrama, la innovación hace referencia —a la transformación de una idea en un producto o servicio comercializable, a un procedimiento de fabricación o distribución operativa nueva o mejorada, o a un nuevo método de proporcionar un bien o servicio [1]. Para la OCDE, innovación tecnológica tiene que ver con—la aplicación/comercialización de un producto con características de desempeño mejoradas para el consumidor. Un proceso de innovación tecnológica es la aplicación/adopción de algo significativamente nuevo. Puede implicar cambios en los equipos, recursos humanos, métodos o una combinación de éstos [2]. Para otros autores la

innovación es entendida como —la aplicación productiva de una invención. Implica por tanto, algún tipo de cambio entendido habitualmente como mejora que se introduce en el funcionamiento del sistema productivo y permite un aumento de la eficiencia, la calidad, la rapidez, etc.; en definitiva un mayor desarrollo cuantitativo y cualitativo de las fuerzas productivas así como un reforzamiento de la relación producción-conocimiento [3].

Como tal, la innovación tecnológica es una de las más importantes fuerzas impulsoras del desarrollo económico. Incluso, como señalan algunos autores: en la actualidad existe un consenso generalizado respecto de que la innovación tecnológica está en el centro de las explicaciones del crecimiento económico [4-6]; e —independientemente de si la generación y difusión tecnológica se consideran como un factor acumulable en una función de producción (teorías del

crecimiento) o como factor estructural de largo plazo (teorías evolucionistas), es sin duda, un aspecto fundamental para comprender los procesos de desarrollo económico de los países y de los territorios que los componen [7]; por ello, analizar su comportamiento y estudiar sus determinantes es una tarea esencial si se pretende mejorar las condiciones generales de vida. Este argumento cobra mayor relevancia para un país en desarrollo como México, por lo cual en este trabajo tratamos de precisar algunos de sus determinantes en los años más recientes (con una serie relativamente amplia), como una primera aproximación al tema.

II. ANTECEDENTES

La base teórica de la innovación surgió en el año 1979 con Zvi Griliches [8]. Este autor, a partir de una función básica para la generación de ideas, argumentó que el flujo de éstas dependerá del derrame

innovador medido por los recursos destinados a la I+D (investigación y desarrollo). Más tarde, Paul Romer aseguró que la generación de ideas nuevas no sólo está en función de la inversión en I+D, sino además se requiere de un stock de conocimientos acumulados [9]. Porter y Stern reafirman lo dicho por Romer, al argumentar que efectivamente la generación de ideas resulta de combinar el esfuerzo innovador medido a través del stock de conocimientos acumulados nacional e internacional, pero además agregan la necesidad de considerar la cantidad y calidad de los recursos humanos dedicados a la innovación [10]. Para Yoguel y Boscherini el proceso de innovación es —resultado de la interacción dinámica de las competencias desarrolladas a lo largo del tiempo, el aprendizaje que se va generando y la cultura organizacional en el marco de un cierto ambiente [11]. Estos mismos autores destacan el hecho

de que en el proceso de innovación confluyen conocimientos y capacidades, es un proceso dinámico, continuo y acumulativo; las competencias tienen recursos dinámicos, incrementales, orientables y moldeables y, su aprovechamiento depende de la cultura organizacional y la visión estratégica de la empresa.

Al día de hoy, la investigación sobre los factores que determinan el nivel de innovación de un país pueden dividirse en al menos seis líneas de estudio [12]: (a) la teoría del crecimiento endógeno, (b) la teoría evolucionista, (c) el modelo de ventajas competitivas nacionales e industriales, (d) la perspectiva de los sistemas de nacionales de innovación, (e) el enfoque de capacidades nacionales, así como: (f) la teoría de la diseminación del conocimiento. Cada una de estas posiciones interpretativas analiza aspectos como: la situación macro y

microeconómica, el capital humano disponible, la actividad comercial, la calidad de las instituciones, entorno empresarial, entre otras; aspectos cuyo impacto es decisivo en la dinámica de innovación [13].

Para fines del presente trabajo, partiremos del marco teórico del modelo de crecimiento endógeno de Romer [9], quien plantea la siguiente función de producción nacional de ideas:

$$\dot{A}_t = \delta H_{At}^\lambda A_t^\phi \quad (1)$$

donde los nuevos diseños o el flujo de innovación (el punto sobre la letra indica derivada temporal) está en función de: H_A , que representa el capital humano en actividades de investigación y desarrollo (I+D); A_t , que es el stock de conocimientos; variables todas medidas en el tiempo t , y con δ como un parámetro de productividad (siguiendo la convención,

el flujo de innovación se mide por el número de patentes concedidas en cada unidad de tiempo, mientras que stock de conocimientos es la cantidad acumulada de patentes al tiempo t). Bajo esta línea de investigación, el interés está centrado en la relación entre innovación tecnológica y crecimiento económico, para lo cual, se plantean tanto una función de generación de ideas como una función de producción y se analizan sus impactos mediante estimaciones econométricas. En este trabajo, mostramos los resultados de la primera parte de un estudio dirigido para tal fin; resultados que muestran en términos de variables agregadas qué tipo de factores pueden explicar la generación de ideas en México, insistimos: en una primera aproximación (posteriormente se intentaría analizar por regiones, al interior del país, siguiendo a [14,16] por ejemplo; o bien entre naciones, como en [15]). Como tal, el antecedente inmediato del presente avance de investigación, lo

constituye el trabajo reportado en la referencia [14], con el cual se comparte metodología (el marco teórico del crecimiento endógeno) así como parte de los objetivos, la diferencia de nuestro trabajo radica en el uso de un periodo de tiempo más amplio: de 1990-2011 en este trabajo, versus 1994-2006 en [14], así como en la introducción de una modificación a la forma funcional del modelo econométrico.

III. DESARROLLO

A continuación, describimos la metodología empleada en el desarrollo de este trabajo y sus resultados.

A. Materiales y Métodos.

El comportamiento de la innovación tecnológica en México durante el período 1990-2011, lo abordamos mediante la dinámica de patentes concedidas. Con este objetivo, se emplea una extensión del modelo propuesto por Romer [9] para

explicar los flujos de innovación. En concreto siguiendo a [14], el planteamiento econométrico partirá de la siguiente función de potencia, entendida como la función de generación de conocimientos:

$$P_t = \alpha_0 X_{1t}^{\beta_1} X_{2t}^{\beta_2} X_{3t}^{\beta_3} X_{4t}^{\beta_4} e^{u_t} \quad (2a)$$

donde P_t se refiere al número de patentes concedidas en el tiempo t , y las variables explicativas (X_{it}) son: el producto interno bruto (PIB), el número de miembros del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), los años de escolaridad promedio, y el stock de conocimientos. Sin embargo, la forma funcional anterior adolece del problema siguiente: aunque el PIB es introducido para mejorar la significatividad del modelo (de acuerdo con [14] esa fue la razón y también la hemos podido constatar, como se señala en el anexo), su introducción plantea que

el PIB opera como un determinante de la innovación, cuando la innovación a su vez será posteriormente considerada como un determinante del PIB (más propiamente del PIB per cápita), por lo que entramos en un razonamiento circular: ¿quién causa a quién? Al respecto, en la misma referencia [14] se muestra que la relación causal entre PIB y generación de patentes, opera en dirección de las patentes como causal de la riqueza, y no al revés, como se sugiere en (2a). Para corregir este problema, optamos por descartar al PIB como variable explicativa de la innovación, desviándonos así de la formulación original en [14], al menos parcialmente. Por lo anterior, la función de generación de conocimientos queda entonces como sigue:

$$P_t = \alpha_0 X_{2t}^{\beta_2} X_{3t}^{\beta_3} X_{4t}^{\beta_4} e^{u_t} \quad (2b)$$

Como tal, (2b) introduce la variable escolaridad promedio a la manera de Mankiw, Romer y Weil, pero combinada con el planteamiento original de Romer (estrictamente hablando, Mankiw y colaboradores cuantifican esta variable de capital humano de forma distinta, aunque conceptualmente similar [17]); de esta forma, hemos aceptado el uso combinado de estos enfoques, el de la concepción del capital humano propia de la teoría neoclásica del crecimiento y el del capital humano tal como se concibe en la teoría del crecimiento endógeno; atendiendo que —la elección de este marco de referencia no implica que no se recurra a elementos conceptuales, que pueden ser considerados como complementarios y, que están asociados con las otras líneas teóricas, de acuerdo con Vázquez Almaraz [18]. Una aceptación de este hecho está explícita en [13], e implícita en [14], por citar un par de ejemplos, aunque con corrientes teóricas distintas,

más bien relacionadas con el enfoque de capacidades nacionales de innovación [15]. Cabe destacar también que, aunque como un primer ensayo se pudo optar simplemente por (1) en nuestro análisis, al final hemos elegido la forma funcional (2b) teniendo la intención de contar con una función más general que la de Romer y siguiendo en esta búsqueda de mayor generalidad, al trabajo de Gómez Viquez [12].

Sobre las fuentes de los datos y su recopilación, haremos mención de lo que sigue: las cifras de patentes se obtuvieron del INEGI quien a su vez los reunió del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI); los años de escolaridad promedio se recopilaron de la SEP; mientras que los datos del número de miembros del SNI, a partir del INEGI (los cuales, a su vez, fueron obtenidos del CONACyT).

Sobre la elección del análisis de patentamiento a nivel nacional o regional, en esta etapa de la investigación hemos elegido la primera opción debido a que los datos regionales para México suelen ser escasos o parciales: por ejemplo, las cifras disponibles de patentes a nivel estatal se encuentran como patentes solicitadas pero no como patentes concedidas (ambos datos sí están disponibles en escala nacional).

B. Resultados y Discusión.

En el marco del modelo estimado, se encuentra (con sorpresa) que las variables explicativas asociadas con el capital humano son estadísticamente no significativas. Por otro lado, el coeficiente estimado para el stock de conocimientos (β_4) es el esperado de acuerdo con la teoría del crecimiento endógeno (significativo y con impacto positivo en la generación de innovaciones). Finalmente,

el ajuste del modelo propuesto es tal que se alcanza un coeficiente de determinación ajustado del 96.64% (Fig. 1); favorable si se compara con la bondad de ajuste del 81% para la serie analizada en [14]; aunque, en [14], las cuatro variables originalmente planteadas sí fueron significativas (pero no el intercepto), aunque con el costo de introducir una variable, el PIB, sin relación estadística como causal de las patentes. En particular, destaca el hecho de que ninguna de las dos medidas seleccionadas para representar el impacto del capital humano, sean estadísticamente significativas en este trabajo. De acuerdo con la interpretación original de Romer [9], el capital humano es un factor clave para impulsar la generación de nuevas ideas y, sin embargo, los datos para el caso de México, en el período de análisis, indican que esto no es así.

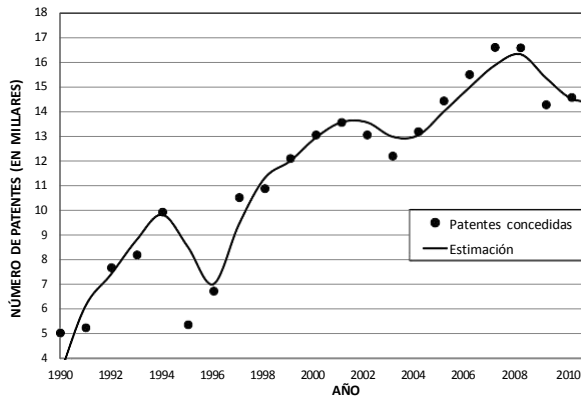


Fig. 1. Contraste del modelo estimado con los datos reportados.

Por una parte, este resultado relativamente inesperado podría dar sustento a aquella interpretación de que los miembros del SNI quizá estén más enfocados en la generación de ideas que, sin dejar de ser avances, producen artículos en publicaciones científicas que no necesariamente conducen a innovaciones tecnológicas o a desarrollar patentes; o bien, cuando sí lo hacen, lo hacen en una fracción pequeña con respecto al total de las investigaciones publicadas (incluso hay quien resume la situación de esta manera: —si quitamos o

desaparecemos el SNI, esto no afecta en nada el índice de patentamiento [19]). Por supuesto, esta posible explicación, ya mencionada en otros reportes, es discutible y deja lugar a un trabajo adicional más profundo, pero podría ser la causa de que el capital humano asociado al SNI, no es estadísticamente significativo para explicar la dinámica de patentes en México (durante 1990-2011), conforme a los resultados aquí encontrados (lo que no deja de sorprender es que esto sea así a pesar de que el número de investigadores adscritos al SNI muestra una tendencia claramente creciente (Fig. 2)).

Por otro lado, vemos que está ocurriendo lo mismo con la variable de escolaridad. En esencia, para poder generar una idea patentable, no es estrictamente necesario ser un miembro del SNI (y por ende, tampoco lo sería contar con un doctorado

ni estar completamente integrado a la vida académica o estar ocupado profesionalmente a la investigación), basta con tener un mínimo de educación básica (y quizá un poco más), tener interés y ser creativo. Ciertamente, la creatividad no es fácil de obtener, pero en la medida que la escolaridad promedio ha ido aumentando en México (Fig. 3), en principio ese mayor nivel educativo debería dar lugar a que haya más personas con posibilidad de patentar. Por ejemplo, Benjamín Franklin y Thomas Alva Edison solo cursaron parte de los primeros años de la educación básica, pero aún así fueron prolíficos inventores. En esencia, lo que mueve a las personas con este perfil, es simplemente buscar —nuevas y mejores maneras de hacer las cosas [20]. Sin embargo, lo que dicen los datos a partir del modelo econométrico es que la escolaridad promedio en México no alcanza para considerarla como significativa en la

generación de ideas. Esto quizá pueda entenderse si se atiende que, actualmente, hacer una invención sólo con conocimientos básicos o que no lleguen al nivel de un posgraduado, es más difícil que en los años de Franklin y Edison.

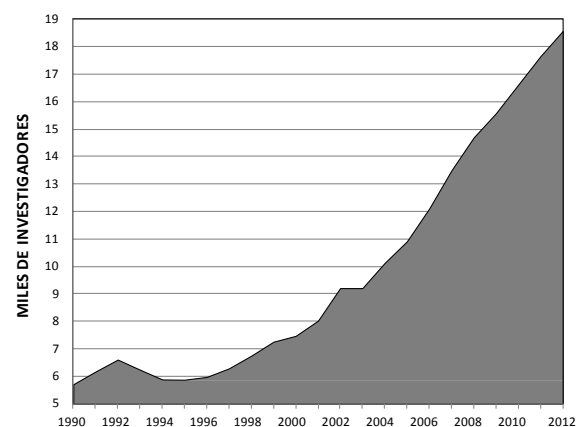


Fig.2. *Números de miembros del SNI.*

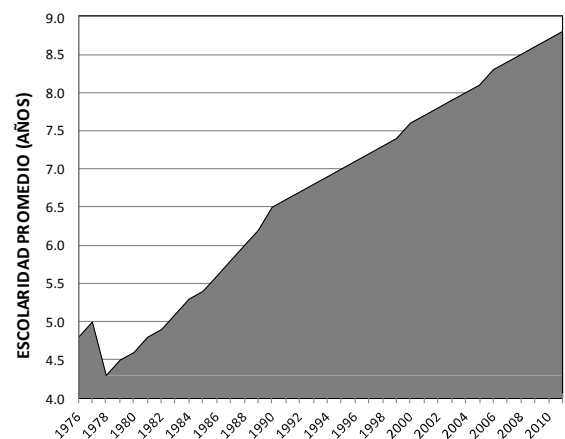


Fig.3. *Escolaridad promedio de la*

población de 15 años y más.

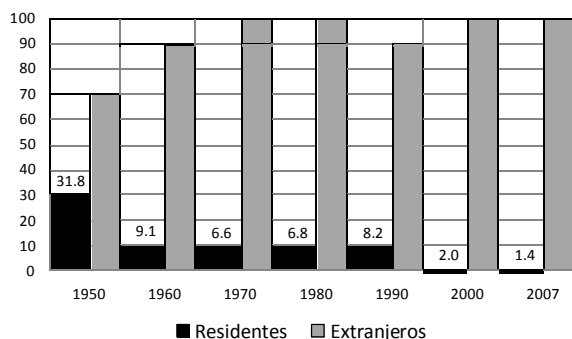


Fig.4. Patentes concedidas en México, por lugar de residencia del inventor (en porcentaje).

Una explicación de esta falta de significancia tiene que ver con la nacionalidad, o más bien con la residencia de quienes patentan. Con información de [21], en la Fig. 4 se muestra la dinámica de patentes en México a partir del lugar de residencia de los inventores. Como puede verse, la gran mayoría de las patentes en México son registradas por personas que residen en el extranjero, generalmente asociados con empresas también extranjeras; así, estas no son

patentes que se hayan desarrollado en nuestro país como resultado de las condiciones de innovación prevalecientes, sino que simplemente se han registrado aquí pero fueron desarrolladas en otras naciones. En este escenario no habría vínculo entre el SNI y/o la escolaridad promedio, con el desarrollo de tales patentes, que son una abrumadora mayoría como se observa en la Fig. 4. Siendo esta la situación, el posible impacto tanto de los investigadores miembros del SNI como de las personas que sin ser investigadores tienen un escolaridad promedio que le permitiría innovar, sólo cubren una fracción muy pequeña de las patentes registradas y realmente desarrolladas en México, lo cual podría explicar porqué ninguna de las variables de capital humano sean estadísticamente significativas para reproducir la dinámica de patentes en el país (nótese que en este argumento no estamos considerando las patentes

desarrolladas bajo convenios de cooperación internacional, pues se está suponiendo que no cubren un porcentaje importante del total).

IV. . CONCLUSIÓN

En el marco econométrico relativamente restringido que utilizamos en este trabajo, el stock de conocimientos resulta ser la única variable de impacto para generar innovaciones tecnológicas en México durante 1990-2011; en contraste, ni el número de científicos adscritos al SNI, ni los años de escolaridad promedio, parecen tener efecto en la dinámica innovadora (con un nivel de significancia estadística del 95%). Lo anterior podría sugerir (o bien, confirmar) que en México: (a) las condiciones que propician la generación de innovaciones dependen prácticamente del esfuerzo de inventores residentes en el extranjero; (b) las condiciones actuales del capital humano nacional, son insuficientes para crear

nuevas ideas, ideas que realmente hayan sido concebidas en México. Por lo anterior, en el caso mexicano no hay respaldo estadístico para la interpretación de Romer sobre el papel del capital humano en la generación de innovaciones.

ANEXO ECONOMÉTRICO

Se estimó el modelo (2b) por mínimos cuadrados ordinarios (MCO) utilizando el software Eviews versión 7.2, previa linealización de la función potencia mediante logaritmos naturales. Posterior a la estimación se realizó la verificación de los supuestos del modelo de regresión lineal múltiple [22-23]. De entrada, se presentó un problema en el cumplimiento de la hipótesis de normalidad residual que se corrigió retirando de la base de datos las cifras de 1990, 1991 y 1995, siguiendo una de las soluciones sugeridas en [22]. Habiéndose cumplido los supuestos, se detectó que las variables

explicativas relacionadas con el capital humano, tanto la pertenencia al SNI (X2) como la escolaridad promedio (X3), no son estadísticamente significativas a un nivel de confianza del 95%. Retirando estas variables del primer modelo ensayado, se repitió el proceso de estimación y también la revisión del cumplimiento de los supuestos, obteniéndose los resultados que se muestran en la Tabla I (para la estimación), y en las Tablas II-IV (para la revisión de supuestos), en donde LN se refiere al logaritmo natural de la variable en cuestión.

epto	49	007	43	0
LN(X	0.8386	0.036	22.808	0.000
4)	64	770	32	0
R ²	0.9683	Estadístico-F		520.2
	56			196
R ²	0.9664	Valor-p de		
ajusta	94	Estadístico-F		0.000
da				000
C.	-	Estadístico de Durbin-		
Akaik	3.1897	Watson		
e	84			
C.	-			
Schw	3.0903	2.409236		
arz	69			

TABLA I
RESULTADOS DE REGRESIÓN DEL
MODELO FINAL

Varia ble	Coefic iente	Error están dar	Estadís tico-t	Valor -p
Interc	0.9682	0.370	2.6168	0.018

TABLA II
EVALUACIÓN DE NORMALIDAD
RESIDUAL

Método	Estadístico de prueba	Valor- p
Lilliefors	0.143465	> 0.1
Cramer von	0.067063	0.2898

Mises		
Watson	0.066885	0.2561
Anderson - Darling	0.415792	0.3001
Jarque-Bera	0.352166	0.8385

*TABLA III
EVALUACIÓN DE
HETEROSCEDASTICIDAD*

Método	Estadístico de prueba	Valor r-p
Prueba de White con términos cruzados	1.566606	0.4569
Prueba de White sin términos cruzados	1.310684	0.2523
Prueba de Breusch-Pagan-Godfrey	1.294662	0.2552

*TABLA IV
EVALUACIÓN DE
AUTOCORRELACIÓN SERIAL*

Prueba de	Estadístico de	Valor-
-----------	----------------	--------

Breusch-Godfrey	prueba	p
Orden uno	1.045268	0.3066
Orden dos	1.151589	0.5623
Orden tres	4.365864	0.2246
Orden cuatro	5.167979	0.2705
Orden cinco	6.321063	0.2762
Orden diez	13.91389	0.1770

Para revisar el cumplimiento de la normalidad residual, evaluamos si la curva de distribución de los residuos (es decir, la distribución empírica), se ajusta a una distribución normal, para tal fin empleamos las pruebas de Lilliefors, Cramer von Mises, Watson y Anderson-Darling, que se diferencian una de otra por la manera en que se introduce el impacto del tamaño muestral, y por ende contrastan en la forma de calcular el estadístico de prueba. La hipótesis nula (Ho) y alternativa (Ha) para estas tres pruebas, son las siguientes:

Ho: La distribución de los errores corresponde a la de una curva normal.

Ha: Los errores no poseen una distribución normal (gaussiana).

A partir de los resultados de la Tabla II, como $p > 0.05$, entonces no se rechaza la Ho, luego, la distribución de los errores de la regresión es normal (a un nivel de significancia del 5%). Una prueba adicional de la normalidad puede hacerse a través del test de Jarque-Bera, el cual confirma la conclusión anterior.

Para confirmar si la varianza de los residuos es constante (supuesto de homoscedasticidad), se aplicó la prueba de White con y sin términos cruzados, además de la prueba de Breusch-Pagan-Godfrey; obteniéndose los resultados mostrados en la Tabla III y notando que los tres tests verifican la hipótesis nula de

ausencia de heteroscedasticidad, al 5% de significancia.

Para descartar autocorrelación serial de orden uno, empleamos la prueba de Breusch-Godfrey pues es más general que la de Durbin-Watson y permite detectar si los errores tienen correlación serial de enésimo orden. Como se observa en la Tabla IV, $p > 0.05$ para cada caso, por tanto, no se rechaza la hipótesis nula y puede afirmarse que no hay correlación serial de orden uno hasta el diez (en la tabla no se muestran los resultados de orden 6 a 9).

En cuanto a la prueba de multicolinealidad, ésta no fue necesario realizarla en la versión final del modelo, puesto que solamente hay una variable explicativa.

Finalmente, en cuanto a la significancia global del modelo, hacemos uso de la

prueba F; así, como $F_{calc} = 520.2196$ y $p = 0.0000$ (de la Tabla I) de manera que: $p < 0.05$, entonces se rechaza la hipótesis nula de que todos los coeficientes beta son simultáneamente cero (al 95% de confianza), lo cual implica que el modelo propuesto sí tiene significancia estadística a nivel global.

RECONOCIMIENTOS

Los autores desean agradecer a El Colegio del Estado de Hidalgo las facilidades otorgadas para la realización de esta investigación.

REFERENCIAS

- [1] H. Rodríguez Ramírez, y R. B. Guadarrama Zamora, —Lineamientos de política pública para la innovación tecnológica en el Estado de Hidalgo, capítulo en el libro: *Gestión y Política Pública* (editado por I. Cruz Badillo et al.), serie —Aportes para el Desarrollo del Estado de Hidalgo, 1ra. Edición, México, El Colegio del Estado de Hidalgo, 2011, vol. 4.
- [2] OECD, *The Measurement of Scientific and Technological Activities. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data: Oslo Manual*, Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris, 1997.
- [3] J. L. Alonso y R. Méndez, *Innovación, Pequeña Empresa y Desarrollo Local en España*, 1ra. Edición, Madrid, Civitas Ediciones, 2000.
- [4] X. Vence, —Crecimiento económico, cambio estructural y economía basada en el conocimiento, capítulo en el libro: *Crecimiento y Políticas de Innovación: Nuevas Tendencias y Experiencias Comparadas*, coordinado por X. Vence, 1ra. Edición, Madrid, Editorial Pirámide, 2007.

- [5] X. Sala-i-Martin, *Apuntes de Crecimiento Económico*, 2da. Edición, Barcelona, Antoni Bosch Editor, 2000.
- [6] R. M. Solow, *Learning from Learning by Doing: Lessons for Economic Growth*, 1st edition, Stanford University Press, 1997.
- [7] M. Vivar Águila, R. Garrido Yserte, y M. T. Gallo Rivera, —Los sistemas regionales de innovación: Una caracterización para el caso de Chile, en *Actas de la XXXVI Reunión de Estudios Regionales*, 2010, pp. 1-22.
- [8] Z. Griliches, —Issues in assessing the contribution of research and development to productivity growth, *The Bell Journal of Economics*, Vol. 10 (1), pp. 92-116, 1979.
- [9] P. M. Romer, —Endogenous technological change, *Journal of Political Economy*, Vol. 98 (5), pp. S71-S102, 1990.
- [10] M. E. Porter, and S. Stern, —Innovation: Location matters, *MIT Sloan Management Review*, Vol. 42 (4), pp. 28-36, 2001.
- [11] G. Yoguel y F. Boscherini, —La capacidad innovativa y el fortalecimiento de la competitividad de las firmas: El caso de las pymes exportadoras argentinas, documento de trabajo No. 71. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, agosto, 1996.
- [12] H. Gómez Viquez, *Formación de Capacidades Tecnológicas en la Industria Farmacéutica de México y del Mundo*, 1ra. Edición, México, Instituto Politécnico Nacional, 2008.
- [13] A. Guzmán Chávez y H. Gómez Viquez, —¿El fortalecimiento del sistema de patentes favorece la innovación en países emergentes? La evidencia de América Latina y Asia

- en la industria farmacéutica, 1990-2004, capítulo en el libro: *La Innovación en México: Instituciones y Políticas Públicas*, 1ra. Edición, México, Editorial Miguel Ángel Porrúa, 2011.
- [14] H. Ríos Bolívar y J. Marroquín Arreola, —Innovación tecnológica como mecanismo para impulsar el crecimiento económico: evidencia regional para México, *Contaduría y Administración*, Vol. 58 (3), pp. 11-37, 2013.
- [15] J. L. Furman, M. E. Porter and S. Stern, —The determinants of national innovative capacity, *Research Policy*, Vol. 31 (6), pp. 899-933, 2002.
- [16] M. Buesa, T. Baumert, J. Heijs y M. Martínez, —Los factores determinantes de la innovación: Un análisis econométrico sobre las regiones españolas, *Economía Industrial*, No. 347, pp. 67-84, 2002.
- [17] G. N. Mankiw, D. Romer, and D. N. Weil, —A contribution to the empirics of economic growth, *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 107 (2), pp. 407-437, 1992.
- [18] J. C. Vázquez Almaraz, —Flujos de conocimiento científico y tecnológico Universidad-Empresa en el Sector Biofarmacéutico de Brasil, India y México: 1980-2008, tesis Doctoral, Universidad Autónoma Metropolitana, Cd. de México, México, 2011.
- [19] Fuente no identificada entre los asistentes, presentación del libro: *La Innovación en México: Instituciones y Políticas Públicas*, México, 2011.
- [20] Embajada de los Estados Unidos en México, *Biografía de Benjamín Franklin*, disponible en: <http://www.usembassy-mexico.gov/bbf/BFranklin.htm>. Consultado el 10 de Agosto del 2013.

- [21] J. Aboites, y M. Soria, *Economía del Conocimiento y Propiedad Intelectual*, 1ra. Edición, México, Siglo XXI Editores, 2008.
- [22] D. N. Gujarati, *Econometría*, 4ta. Edición, México, McGraw-Hill, 2004.
- [23] U. Carrascal, Y. González y B. Rodríguez. *Análisis Econométrico con Eviews*. 1ra. Edición, México, Editorial Alfaomega, 2001.

Factores generadores de competitividad en organizaciones hidalguenses, caso industria textil y del vestido

Maestra Dolores Margarita Navarrete Zorrilla

*Institución de adscripción: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
Instituto de Ciencias Económico Administrativas/ Campus la Concepción
Dirección: Circuito Ex Hacienda la Concepción, Tilcuautla, San Agustín Tlaxiaca
Hgo.*

Maestra Ma. del Rosario García Velázquez

*Institución de adscripción: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
Instituto de Ciencias Económico Administrativas/ Campus la Concepción
Dirección: Circuito Ex Hacienda la Concepción, Tilcuautla, San Agustín Tlaxiaca
Hgo.*

Resumen:

Actualmente la innovación tecnología es un factor de relevancia tanto en el ámbito empresarial, como en el ámbito de investigación, presenta mayor importancia cuando se asocia a variables como competitividad y es mayor el impacto dado que se percibe la tendencia que la variable de innovación tecnológica marca en el futuro del desarrollo empresarial.

En el presente trabajo se muestran los avances del proyecto —Generalidades de la industria Textil y su relevancia en la competitividad empresarial de las medianas empresas del estado de Hidalgo. donde se identifica el impacto competitivo del sector textil y de la confección del estado de Hidalgo ante el uso de la innovación tecnológica.

La investigación se realiza en primera instancia con el análisis documental y posteriormente aplicando los instrumentos en la investigación de campo en las medianas

empresas industriales, tomando como referencia la base de datos del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).

Lo anterior generó la necesidad de construir un instrumento que contiene los elementos más representativos que permitan conocer si la competitividad empresarial de este sector depende de la innovación tecnológica que se implanta en las medianas empresas.

Palabras clave: Innovación tecnológica, competitividad

Introducción

El presente trabajo se deriva de las actividades que el grupo de investigación en Gestión y Desarrollo Empresarial del Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA) de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH) lleva a cabo y cuyo tiene propósito es analizar el impacto de la innovación tecnológica en las medianas empresas de la industria textil y del vestido frente a las necesidades actuales de competitividad del sector industrial del estado de Hidalgo.

Dicha investigación se realiza en dos fase en la primera se describe la relevancia que tiene la innovación tecnológica para que las empresas textiles y de la confección sean competitivas, y la segunda corresponde al desarrollo de la investigación de campo, en la que se identifica el impacto de la innovación tecnológica en la competitividad de las medianas empresas de este giro en el estado de Hidalgo. Cabe mencionar que en este

trabajo se presentan los resultados parciales que se derivan de la prueba piloto aplicada a las empresas a partir de la construcción del instrumento de medición.

En los últimos años se han realizado investigaciones encaminadas a identificar los factores que determinan la innovación tecnológica, variable que ha sido asociada de manera repetitiva con la variable de competitividad (Juma, 2001).

1. Planteamiento del problema

1.1. Situación de la industria

La industria textil y del vestido en América del Norte representa una importante fuente de empleo que se ha visto afectada por el TLCAN así como por los patrones de distribución internacional. (CCL, 2000). Se distingue por su inestabilidad geográfica, en razón de las estrategias de traslado de la producción de las grandes empresas transnacionales, que afecta sobre todo a los países en desarrollo y que, muchas veces, es utilizada como —arma psicológica para contrarrestar las reivindicaciones legítimas de los trabajadores y el pleno ejercicio de sus derechos (OIT, 2000, pp. 127 y 129).

Una característica de esta industria en los países latinoamericanos y México en particular es que se trata de una actividad que combina lo tradicional, por lo atrasado de buena parte de los talleres de costura en donde se labora en condiciones de sobreexplotación, con lo —ultramoderno, expresado a través de las redes de aprovisionamiento mundiales, entrelazadas por las tecnologías informáticas más avanzadas (Gary Gereffi, citado por Martínez de Ita, 2005, p. 23).

En México, la industria maquiladora de prendas de vestir fue la que tuvo un crecimiento más dinámico y generó más empleos a fines de los noventa y principio del 2000 (Juárez,

2006). En los siete primeros años del TLCAN y hasta 2002, México fue el primer proveedor internacional de ropa y textiles a los Estados Unidos, para ser desde entonces desplazado por China y otros países. En la industria del vestido en México había en el 2001²⁶ se generó poco menos de 700 mil empleos, distribuidos en 14 mil establecimientos, cifra que se ha reducido sustancialmente. Más del 75 % de estos empleos correspondían a plantas maquiladoras exportadoras o incluidas en la cadena como —submaquilal y se ubicaban en medianas o grandes empresas (CCL, 2000; Juárez, 2006; Martínez de Ita el al 2006 y Rueda Peiro y Simón Domínguez, 2006).

De acuerdo a los datos provenientes de los censos industriales, para 2010 Hidalgo fue una de las entidades más importantes dentro de la industria textil y del vestido, porque tuvo el mayor número de establecimientos y personal ocupado, situación que ha venido a revertirse. Por todos estos aspectos, la innovación tecnológica de este sector no ha tenido un desarrollo importante, a pesar de que es un requisito fundamental en la creación de la riqueza de una nación.

En las economías desarrolladas y competitivas, sólo existen tres formas de que el trabajo de las personas produzca nueva riqueza empresarial de manera sostenible como es

- 1.- Captar y fidelizar clientes, incrementando la cuota de mercado en una actividad determinada.
- 2.- Optimizar procesos, incrementando la productividad del trabajo.

²⁶ En 2001, la industria textil y del vestido representó la cuarta actividad manufacturera más importante de México y participó con el 7.1% del PIB manufacturero, contribuyendo con el 17.5% del empleo y el 2.4% de la inversión en la industria manufacturera. (Programa para la Competitividad de la Cadena Fibras-Textil-Confección, citado en Martínez de Ita, 2005. p.16)

3.- Desarrollar nuevos productos y servicios para crear actividades enteramente nuevas. En estos tres frentes, poco se puede hacer sin innovación (López, A. y Ballesteros, M., 2003).

Por tal motivo interesa identificar algunos aspectos como impacta la innovación tecnológica en la competitividad de las medianas empresas del sector productivo textil y de la confección en relación a las siguientes dimensiones: Renovación y ampliación de la gama de productos y servicios, Renovación y ampliación de los procesos productivos, Cambios en la organización y en la gestión y cambios en las cualificaciones de los profesionales.

Objetivo

Analizar el impacto de la innovación tecnológica de las medianas empresas de la industria textil y del vestido frente a las necesidades actuales de competitividad del sector productivo del estado de Hidalgo.

Pregunta de investigación

¿Las medianas empresas de la industria textil y del vestido del estado de Hidalgo integran actualmente innovación tecnológica en productos y servicios para ser competitivas?

2. Hipótesis

El nivel de competitividad de las medianas empresas del estado de Hidalgo está determinado por los factores de innovación tecnológica en productos y servicios.

3. Marco teórico de la investigación

3.1 Conceptualización de la innovación tecnológica

Analizando la conceptualización de la variable se puede partir de lo que menciona Bravo (2012) con respecto a la tecnología, describe que está integrada por dos tipos de conocimientos; el conocimiento codificado es aquel que puede ser expresado a través de información, gráficos, formulas, números o palabras, o programas de computación. Y el conocimiento tácito comprende todo lo que se sabe hacer, surge de las acciones personales, es subjetivo, es producto de la experiencia, la mayoría de los conocimientos tecnológicos tienen un componente tácito que no puede ser transmitido, ni siquiera por la persona que lo posee.

Así mismo Bravo (2012) describe a la Tecnología, como el término general que se aplica al proceso en donde los seres humanos diseñan herramientas y máquinas para incrementar su control y su comprensión del entorno material. Por tanto, la tecnología es el estudio o ciencia de los oficios. Inicialmente la innovación tecnológica era la única considerada como objeto de estudio, y estaba referida al producto y al proceso a partir del año 1997, con la publicación del Manual de Oslo, se amplía su ámbito al sector servicio y se considera dos tipos de innovación: la mercadotecnia y la innovación organizativa.

Y con respecto a la innovación Bravo (2012) hace referencia que en ordenadores y en las telecomunicaciones estimularon a la integración económica internacional, redujeron los costos del comercio y de la inversión económica y los de la supervisión a distancia. De acuerdo al manual de Oslo (2006, citado por bravo 2012) la innovación es un nuevo producto o significativamente mejorado, la utilización de un nuevo método de

comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones Exteriores.

Identificando las variables de tecnología, así como la de innovación se reduce el concepto integrado de acuerdo a lo que Hidalgo, Vizán y Torres (2008) consideran, y se refiere al proceso de innovación tecnológica como el conjunto de las etapas técnicas, industriales y comerciales que conducen al lanzamiento con éxito en el mercado de nuevos productos y servicios, o a la utilización comercial de nuevos procesos técnicos.

La innovación tecnológica durante la década de los cincuenta era considerada como un desarrollo únicamente como los resultados aislados del desarrollo de la investigación y actualmente es considerada como el proceso que permita atender y resolver problemas principalmente enfocado al mercado y sus diferentes agentes, implica el intercambio de conocimiento tácito y explícito, que facilite el aprendizaje desde diferentes enfoques (Hidalgo, Vizán y Torres, 2008).

Concluyendo la innovación tecnológica se puede considerar como el desarrollo de actividades científicas, tecnológicas, financieras y comerciales que le permiten a la empresa introducir nuevos productos, servicios, procesos procedimientos, técnicas de gerencia y sistemas mejorar los existentes, mejorar

La adecuada gestión de la tecnología constituye una de las claves del éxito de las empresas en la actualidad. La tecnología que utiliza una empresa puede ser generada internamente, mediante la actividad investigadora o se adquirirse en el exterior. Por lo tanto para que la empresa pueda conseguir y mantener una ventaja de carácter tecnológico que le

permita ser competitiva, debe mantener una posición de dominio en el mercado a partir de la investigación y desarrollo propio. Lo anterior en virtud que la adquisición de tecnología ofertada en el mercado se encuentra al alcance de cualquier empresa competidora y, por tanto, no suele proporcionar a la empresa ventajas adicionales (Pavón e Hidalgo, 1997).

No se debe dejar de mencionar que la complejidad y la rapidez de los cambios tecnológicos hacen que sea materialmente imposible que una empresa pueda generar por sí misma todas las tecnologías que necesita, y a la vez resulta extremadamente difícil la asimilación de tecnologías genéricas sin una capacidad de investigación y desarrollo propios (Pavón e Hidalgo, 1997).

Para que haya innovación según el Manual de Oslo (Citado por Bravo, 2012) hace falta como mínimo, que el producto, el proceso, el método de comercialización o el método de organización sean nuevos, o significativamente mejorados. Por otro lado la esencia del proceso de innovación es de naturaleza continua, es la acumulación del conocimiento a través del tiempo, el incremento del conocimiento se consigue mediante la realización de actividades de I&D, aunque existen otras modalidades asociados a diferentes mecanismos creativos (Bravo, 2012).

Desde la perspectiva de tecnología e innovación. La innovación tecnológica se ha considerado como una actividad compleja y diversificada en la que intervienen muchos componentes que interactúan y actúan como fuentes de las nuevas ideas. Por lo tanto, la innovación tecnológica debe afrontarse como un proceso sistemático enfocado a identificar

los cambios y al análisis de las oportunidades que permitan ofrecer a las empresas mejores alternativas de crecimiento y competitividad (Hidalgo, Vizán y Torres, 2008).

3.2 Conceptualización de la competitividad

La competitividad en las empresas representa la capacidad que tienen para operar en mercados mundiales, siendo rentables y puedan competir exitosamente. Y se le puede agregar que genere el valor agregado y la creación de empleos. Por lo que las empresas deben crecer con la idea de ser cada día más competitivos, encaminados a superar a la competencia que de alguna manera se ve propiciada por el creciente nivel de vida que busca el ser humano.

Para Porter (1991, citado por Padilla, 2006) la competitividad es la principal meta económica de una nación es producir un alto nivel de vida para sus ciudadanos, la competitividad se vincula con el nivel de productividad con la que una nación, región o clúster, utilizan sus recursos naturales, humanos y capital. Para este autor, la competitividad nacional se ha convertido en una de las preocupaciones centrales del gobierno y la industria, cabe mencionar que aún no existe una teoría convincente que explique la competitividad nacional.

La competitividad empresarial es fundamental para alcanzar mayores niveles económicos y sociales, que permite crecer las cadenas globales de producción y le permite a las empresas participar tanto en mercados nacionales como internacionales.

Una empresa es competitiva cuando puede producir productos y servicios de calidad superior y a costos inferiores que sus competidores. La competitividad es sinónimo del desempeño de rentabilidad de una empresa en el largo plazo y de su capacidad para remunerar a sus empleados y generar un mayor rendimiento para sus propietarios (Padilla, 2006).

La determinación de los factores de competitividad no es fácil ya que incluye facilidad para operar en los mercados nacionales e internacionales, la inversión en capacitación del capital humano y los esfuerzos por la innovación.

La competitividad ha sido relacionada con variables como: tipo de cambio de moneda y de intereses, el déficit presupuestario, disponibilidad de mano de obra barata y abundante, dotación de recursos naturales.

Ramos (2001) menciona que así como se determina la competitividad de las empresas también se identifica con las naciones y por consecuencia depende de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar. Las empresas logran ventaja frente a los mejores competidores del mundo a causa de la presión y del reto. Se benefician al tener fuertes competidores nacionales, proveedores agresivos radicados en el país y clientes nacionales exigentes.

3.3 Factores de las variables de innovación tecnológica y competitividad

La investigación de la industria textil y del vestido, ha sido diseñada en dos partes, en la primera se abordan las variables de innovación tecnológica, considerando factores como las

características de las empresas, infraestructuras que dan soporte a la producción industrial y a las actividades de innovación, la formación del capital humano, y la habilidad de los países para crear, imitar y gestionar una compleja reserva de conocimiento tecnológico avanzado (Castellaci y Archibugui, 2008).

En la investigación realizada por Blázquez (2009) plantea que los indicadores para determinar la innovación tecnológica son: Disponibilidad de las últimas tecnologías, el nivel de absorción de tecnologías por las empresas, las compañías que invierten en I + D, colaboración entre universidades empresa en investigación, patentes, educación de tercer ciclo, inversión directa extranjera y transferencia tecnológica, Prevalencia de tecnología de licencia extranjera, Acceso a internet en las escuelas, competencia en el sector de proveedores de servicios de internet, priorización de las TIC, promoción de las TIC, Leyes relacionadas con las TIC, suscripción de teléfonos móviles, usuarios de internet, líneas telefónicas, ordenadores personales y suscripción de banda ancha para internet. Variables obtenidas a través de la Encuesta Ejecutiva de Opinión que el World Economic Forum.

Drucker (1986, citado por Hidalgo, Vizán y Torres, 2008) define siete áreas enfocadas a buscar oportunidades para innovar: Las cuatro primeras se encuentran dentro de la empresa y, por tanto, son visibles para las personas dentro de la industria o un sector específico, dichas áreas son:

- ✓ Lo inesperado (el éxito inesperado, el proceso inesperado, la sorpresa).
- ✓ Lo incongruente (entre la realidad tal como es y cómo se pensaba que debería ser).
- ✓ La necesidad de un proceso.
- ✓ El desmoronamiento (el cambio súbito en la estructura de la industria o del mercado).

El segundo grupo de áreas de oportunidad para innovar lo constituyen los cambios producidos fuera de la empresa o del sector de actividad, y entre ellos destacan:

- ✓ Los cambios en la población (cambios demográficos).
- ✓ Los cambios en la percepción y en la cultura.
- ✓ Los nuevos conocimientos (tanto científicos como no científicos).

En la segunda fase de la investigación se abordaran los factores de la innovación tecnológica como: innovación en productos y servicios, innovación en procesos de manufactura, innovación tecnológica en procesos productivos, innovación el mercado de consumo e innovación tecnológica en el desarrollo de capacidades organizacionales.

De los factores que permitirán identificar la competitividad de las empresas en la segunda fase de este proyecto se incluyeron: el producto, el servicio, la capacitación, la actualización de personas y tecnología, objetivos, políticas, estructura, implementación de estrategias competitivas y evaluación.

Lo anterior no significa que sean las únicas o las que permitan detectar más ampliamente la competitividad empresarial, se puede identificar que existen pequeñas variantes en los factores de acuerdo al investigador y al alcance de la investigación, como es caso de Padilla (2006), quien considera los siguientes factores: rentabilidad, productividad, costos, valor agregado, participación de mercado, exportaciones, innovación tecnológica, calidad de los productos, entre otros.

3.4 Análisis del impacto de la Innovación Tecnológica en la competitividad.

En la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, 1992) consideran que algunos de los elementos que contribuyen a la competitividad de la empresa tienen que ver con:

- ✓ La exitosa administración de los flujos de producción y de inventarios de materia prima.
- ✓ La integración exitosa de planeación de mercado, diseño, ingeniería y manufactura.
- ✓ La capacidad de combinar I+D interna con I+D realizada en universidades, centros de investigación y otras empresas.
- ✓ La capacidad de incorporar cambios en la demanda y la evolución de los mercados.
- ✓ La capacidad de establecer relaciones exitosas con otras empresas dentro de la cadena de valor

4. Método

Diseño. En el presente trabajo se diseñó una investigación no experimental, de corte transversal, ex post facto con el propósito de identificar las variables asociadas al potencial competitivo de las empresas, expresado en su capacidad para generar y contratar personal para el desarrollo de innovaciones y de sus fines organizacionales. Por tal motivo se integró un cuestionario con los reactivos que operacionalizaron las variables incluidas en la investigación.

Variable dependiente: la variable dependiente es la innovación tecnológica, expresado en la competitividad de las empresas para la realización de producto, de proceso o de servicio.

VARIABLES INDEPENDIENTES. Como variables independientes se incluyeron la infraestructura que dan soporte a la producción industrial, y actividades de innovación, formación del capital humano, y habilidad de los países para la creación, imitación y gestión del conocimiento tecnológico avanzado.

Población y Muestra

La muestra objeto de la presente investigación es un censo de 33 empresas medianas del estado de Hidalgo que forman parte de la industria manufacturera textil y del vestido, empresas medianas (con 51 trabajadores o más), Las empresas se encuentran ubicadas en los municipios de Acaxochitlán, Actopan, Atitalaquia, Atotonilco de Tula, Cuauhtepic de Hinojosa, Mineral de la Reforma, Pachuca de Soto, Progreso de Obregón, Tepeapulco, Tepeji del Río de Ocampo, Tizayuca, Tlanalapa, Tula de Allende, Tulacingo de Bravo, Zacualtipán de Ángeles y Zapotlán de Juárez.

En el presente trabajo se muestran los resultados parciales de la prueba piloto aplicada a 10 medianas empresas del estado de Hidalgo.

Prueba Piloto

De acuerdo con la tabla 1, la prueba piloto las empresas se caracterizan por tener, en promedio, 18 años de operación, 5.9% de capital extranjero, 6.3% de exportaciones. En promedio las empresas se integran de 275 trabajadores y generan ventas totales promedio en 2013 de \$77'757,140.50 pesos. El número promedio de empleos generados en la muestra fue de 9.5 y el número promedio de patentes, prototipos y derechos de autor desarrollados por las empresas fue de 0.5.3

Tabla 1

Características de las empresas de la prueba piloto (n=10)

	Edad e (años)	Porcentaj de capital extranjer o	Porcentaje de de exportacion es	Número de de trabajado res	Ventas	Número de de patentes, prototipos y derechos de autor
Mediana	18.0	5.9%	6.3%	275	\$ 77'757,140.50	0.4.9
Total prueba piloto	18.0	5.9%	6.3%	275	\$ 77'757,140.50	0.4.9

Fuente: Resultados de prueba piloto

De las 10 empresas de la industria textil y del vestido, 3 corresponden al sector 313, (Fabricación de insumos textiles) 3 al sector 314 (Confección de productos textiles, excepto prendas de vestir) 2 a la industria del sector 315 (Prendas de vestir), 2 al sector 316 (Fabricación de productos de cuero y piel) y El 50.0% de las empresas encuestadas se ubican en los municipios Pachuca, Tulancingo y Tizayuca, pertenecientes al estado de Hidalgo.

Tabla 2

Características de las empresas encuestadas (n=10)

		Giro Sector							
Tamaño de empresa	Giro: Sector	Giro: Sector		Giro: Sector		Giro: Sector		316	
		313	314	315					
		Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
Mediana		3	0.30%	3	0.30%	2	0.20%	2	0.20%
Total prueba piloto		3	100%	3	100%	2	100%	2	100%

Fuente: Resultados de prueba piloto

De las 10 empresas encuestadas, 2 realizan innovaciones en infraestructura de soporte a la producción industrial, 3 efectúan innovaciones de proceso, 3 desarrollan actividades de innovaciones de servicio y 2 efectuó formación del capital humano para la innovación.

Tabla 3

Tipo de innovaciones realizadas por las empresas (n=10)

Tamaño de empresa	de	Innovación de infraestructura		Innovación de proceso		Innovación de servicio		Formación del capital humano	
		Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
Mediana		2	0.02%	3	0.03%	3	0.03%	2	0.02%
Total prueba piloto		2	100%	3	100%	3	100%	2	100%

5. Procedimiento de análisis

Para medir la variable dependiente e independiente se diseñó un cuestionario de 40 preguntas. A las cuales se les asignó una escala de acuerdo con la construcción de la pregunta.

Las dimensiones de innovación tecnológica y competitividad, a partir de la revisión de la literatura de la temática correspondiente son:

- ✓ Renovación y ampliación de la gama de productos y servicios,
- ✓ Renovación y ampliación de los procesos productivos,
- ✓ Cambios en la organización y en la gestión,
- ✓ Cambios en las cualificaciones de los profesionales.

6. Análisis e interpretación

Una vez aplicados los instrumentos de medición se procede a efectuar la captura de los cuestionarios, para este fin se utilizará el programa estadístico SPSS Ver 20.

7. Resultados

En las tablas 1 y 2 se presentan los resultados obtenidos en los análisis de regresión jerárquica realizados.

En la tabla 1 se presentan los resultados obtenidos con la prueba piloto de empresas de tamaño mediano. En estos resultados se identificó un porcentaje de varianza explicada de $R^2 = .37$ ($p < .01$), presentándose una asociación significativa principalmente de dos variables: características de las empresas en exportaciones de ($\beta = .42$; $p < .01$) y en

infraestructura específicamente en renovación y ampliación de productos y servicios. Es importante comentar que, según estos resultados, se generan la renovación y ampliación de la gama de productos a partir de la presencia de un desempeño exportador de las empresas de tamaño mediano. Esto explica que para que las medianas empresas del estado de Hidalgo presenten un desempeño competitivo en sus exportaciones, requiere de una infraestructura de producción que este asociado al desempeño competitivo de la empresa.

Tabla 1

Prueba piloto: Medianas empresas (n=10)

Resultados del análisis de regresión jerárquica

Infraestructura/ Renovación y ampliación de la gama de productos y servicios				
Variable Características de la empresa	Paso 1	Paso 2	Paso 3	Paso 4
Edad	-.05	.08	.05	.05
Porcentaje de capital extranjero	.05	-.07	-.07	-.09
Porcentaje de exportaciones		.53**	.40**	.42**
Número de trabajadores				
Ventas			-.03	-.02
Número de patentes, prototipos y derechos de autor				.14
<i>R</i>	.09	.30**	.30**	.32**

Infraestructura/ Renovación y ampliación de la
gama de productos y servicios

Variable Características de la empresa	Paso 1	Paso 2	Paso 3	Paso 4
R^2	.01	.25**	.25**	.37**
R^2 Ajustada	.03	.21	.19	.20

* $p < .05$

** $p < .01$

Los resultados presentados en la tabla 2, referentes a la prueba piloto de empresas medianas (n=10), indican que existe una asociación significativa entre el número de resultados obtenidos por las empresas en las características de las mismas en (patentes, y modelos de utilidad) con la formación de capital humano, esto explica que a partir de la necesidad que tienen las empresas de formar a su capital humano, se genera la innovación para el desarrollo de patentes, modelos de utilidad o derechos de autor ($\beta = -.50$; $p < .01$). En este análisis se obtuvo un porcentaje de varianza explicada de $R^2 = .38$ ($p < .01$).

Tabla 2

Prueba piloto: Medianas empresas (n=10)

Resultados del análisis de regresión jerárquica

Variable				
Formación de capital humano				
Variable Características de la empresa	Paso 1	Paso 2	Paso 3	Paso 4
Edad	-.06	.08	.05	.05
Porcentaje de capital extranjero	.06	-.07	-.07	-.09
Porcentaje de exportaciones	-.01	-.01	.01	-.01
Número de trabajadores				
Ventas	-.01		-.01	-.02
Número de patentes, prototipos Y derechos de autor	.49**	.50**	.50**	.50**
<i>R</i>	.20	.25**	.55**	.52**
<i>R</i> ²	.01	.35**	.35**	.38**
<i>R</i> ² Ajustada	.03	.22	.29	.23

* $p < .05$

** $p < .01$

En general, en los dos análisis realizados de esta prueba piloto, no se identificaron asociaciones significativas entre las variables referentes a la edad de las empresas, su volumen de ventas de la empresa, lo cual nos indica que tanto la innovación en infraestructura y la formación del capital humano están más asociados a los resultados que

deben generar las empresas en términos de exportaciones e innovaciones, aún así cuando son medianas empresas.

Se espera concluir esta investigación con 33 medianas empresas del estado de Hidalgo, esperando presentar los resultados obtenidos.

8. Conclusiones

La innovación tecnológica y la competitividad se han considerado como uno de los aspectos más importantes para diversos entes económicos de un país, puesto que son elementos de desarrollo en los renglones de ingreso y empleo. Por otra parte, se consideran como uno de los principales paradigmas para el desarrollo aplicado a empresas con la finalidad de fortalecer su capacidad productiva y como consecuencia su competitividad.

Se considera a la competitividad como eje rector de un país para la producción de bienes y servicios que superan las pruebas de los mercados nacionales e internacionales, manteniendo al mismo tiempo los ingresos reales a largo plazo de sus habitantes (Adbel, 2001).

Los resultados de esta prueba piloto arrojan aspectos muy importantes de analizar; primero la relación de las características de las empresas con la infraestructura en desarrollo de actividades relacionadas con la innovación en los procesos productivos y los renglones involucrados en ello.

Por otra parte las características de la empresa con el capital intelectual y la generación de conocimientos que dan como resultado la creación de marcas y patentes que hacen que las

empresas logren con sus innovaciones, una mejor posición en el mercado, logrando establecer la relación significativa que cada uno de ellos, aspectos claves para acelerar el impacto en la competitividad.

Esta investigación tiene como propósito identificar el alcance que tiene la innovación tecnológica para que una empresa sea competitiva, en este caso de la industria textil y del vestido, finalmente se propondrán estrategias que lleven a las medianas empresas del estado de Hidalgo a mantenerse competitivas en el mercado regional, nacional e internacional a partir de la integración y aplicación de dichas estrategias.

9. Referencias Bibliográficas

- Bravo, G.M. (2012). Globalización e innovación tecnológica y pobreza. Aproximaciones a las nuevas conceptualizaciones en Latinoamérica. Espacio abierto, **Journal Venezolano de Sociología**, Vol 21 No. 3 (julio septiembre) pp.543 – 556.
- Castellaci, F.; Archibugi, D. (2008). —The technology clubs: The distribution of knowledge across nations| **Journal, Research Policy**, Num. 37, pp. 1659-1673.
- Drucker, P. (1986). La Innovación y el Empresario Innovador. **La práctica y los principios**. Edhasa. Barcelona. pp. 274-289.
- Hidalgo N., Vizán I. y Torres M. (2008). Los factores clave de la innovación tecnológica: claves de la competitividad empresarial. Dirección y Organización, **Journal núm. 36**, (Octubre) .pp. 132-175.
- Juma, C. (2001). —Global governance of technology: meeting the needs of developing countries|, International, **Journal of Technology Management**, Num. 22 (7-8), pp. 629-655.

Padilla, R. (2006). Conceptos de competitividad e instrumentos para medirla. **Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)**. Panamá. pp. 356-390.

Pavón J. e Hidalgo A (2002). La Gestión de la innovación tecnológica en las organizaciones. **Ed. Pirámide**. México, pp 279-290.

Ramos, R.R. (2001). Modelos de evaluación de la Competitividad Internacional: Una aplicación empírica al caso de las Islas Canarias. Universidad las Palmas de Gran Canaria. Tesis para obtener el grado de Doctor en Ciencias Económicas.

Prototipo para la elaboración de ladrillo ecológico en Zapotlán de Juárez Hgo.

Emmanuel Pineda López

Departamento de Ciencias Económico Administrativas-Instituto Tecnológico de Pachuca

RESUMEN:

A lo largo de la historia del ser humano son muchas las construcciones que se han realizado con ladrillos. En un principio, cuando el hombre comienza a hablar, a usar armas y a encender fuego, se da cuenta de que ciertas tierras, una vez mojadas, se les puede dar forma y que, una vez secadas al sol, adquieren cierta dureza.

Posteriormente no se sabe si por intuición o por accidente, se dio cuenta que al calcinarse, sin romperse, adquirirían una dureza que —Durarían para siempre, En la actualidad, la fabricación de los ladrillos se ha industrializado, abandonando los sistemas tradicionales de secado al sol o al natural y posterior cocción para en hornos árabes o Hoffman por los secados en hornos de gas natural.

Dada la complejidad y diversidad de ladrillos existentes hoy en día, existen diferencias entre los distintos procesos industriales de fabricación.

Crear una empresa ladrillera que utilice equipos automatizados y que no contaminen al medio ambiente generando ladrillos ecológicos y además fuentes de empleo. Con la finalidad de lanzarlo al mercado para la construcción de viviendas económicas hechas de materiales no contaminantes.

El Ecoladrillo estará compuesto por tierra y polímero, el cual le da la consistencia, la dureza y el color que lo hace ecológico, esto evitara la quema de madera para su elaboración del ladrillo.

Este proyecto fue elaborado por alumnos del ITP (Instituto Tecnológico de Pachuca), el cual contribuirá para el cuidado del medio ambiente en la elaboración de materiales de construcción.

PALABRAS CLAVE: Ecológico, Sustentabilidad, Construcción

La presente investigación tiene por objeto socializar el conocimiento y la técnica de construcción de ladrillos ecológicos obtenidos a partir de materiales que no contaminan nuestro medio ambiente. Así mismo cubrir la demanda de la construcción con nuestro producto y poder establecerse en el mercado.

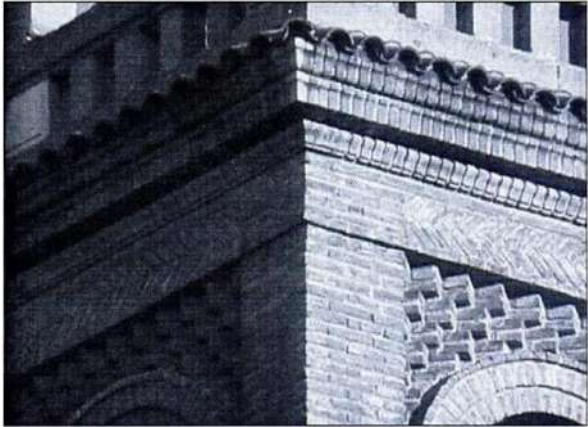
A lo largo de la historia del ser humano son muchas las construcciones que se han realizado con ladrillos. En un principio, cuando el hombre comienza a hablar, a usar armas y a encender fuego, se da cuenta de que ciertas tierras, una vez mojadas, se les puede dar forma y que, una vez secadas al sol, adquieren cierta dureza.



Posteriormente no se sabe si por intuición o por accidente, se dio cuenta que al calcinarse, sin romperse, adquirirían una dureza que —Durarían para siempre

En la actualidad, la fabricación de los ladrillos se ha industrializado, abandonando los sistemas tradicionales de secado al sol o al natural y posterior cocción para en hornos árabes o Hoffman por los secados en hornos de gas natural.

Dada la complejidad y diversidad de ladrillos existentes hoy en día, existen diferencias entre los distintos procesos industriales de fabricación.



DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Crear una empresa ladrillera que utilice equipos automatizados y que no contaminen al medio ambiente generando ladrillos ecológicos y además fuentes de empleo. Con la finalidad de lanzarlo al mercado para la construcción de viviendas económicas hechas de materiales no contaminantes.

El Ecoladrillo estará compuesto por tierra y polímero, el cual le da la consistencia, la dureza y el color que lo hace ecológico, esto evitara la quema de madera para su elaboración del ladrillo.



Ecoladrillo se establecerá como una empresa que se dedicara a la fabricación y distribución de ladrillos ecológicos, los cuales serán elaborados omitiendo la etapa de cocción del ladrillo tradicional, sustituyéndola por un polímero para su elaboración.

Este proyecto fue elaborado por alumnos del ITP (Instituto Tecnológico de Pachuca), el cual contribuirá para el cuidado del medio ambiente en la elaboración de materiales de construcción.

El proyecto se creó por la necesidad de reducir la contaminación emitida por los hornos para el ladrillo tradicional, ofreciendo la misma calidad, diseño y precio para los consumidores.

Hasta el momento se han identificado los proveedores de materiales, de maquinaria y los principales financiadores del proyecto.

Se cuenta con el terreno y las bodegas en donde se producirá y almacenara el producto.



Ecoladrillo es un producto que tiene el objetivo de disminuir la contaminación, ubicándose como el principal proveedor de ladrillos en el sector de la construcción

OBJETIVO GENERAL.

Socializar el conocimiento y la técnica de construcción de ladrillos ecológicos impermeables, acústicos y térmicos obtenidos a partir de materiales que no contaminan nuestro medio ambiente, Así mismo satisfaciendo la demanda de la construcción con nuestro producto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Elaborar ladrillos 100% ecológicos para cumplir con los pedidos de nuestros clientes en tiempo y forma.

Cumplir con la estandarización de los procesos para no tener retrasos con nuestros pedidos ofreciendo ladrillos impermeables, acústicos y térmicos.

Sincronizar la cadena de suministro para poder dar un servicio adecuado con eficiencia y eficacia para la construcción, en Zapotlán.

***PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

A lo largo del tiempo, los diversos sistemas constructivos no han podido reemplazar a la industria del ladrillo. Esto se debe a su bajo costo en relación al beneficio desde el punto de vista económico, y a la identidad constructiva que implica desde el aspecto histórico y cultural. Así, el ladrillo es un elemento vital de la construcción. La producción y los niveles de consumo se mantienen debido a que el costo ambiental no se tiene en cuenta. Aquí reside la importancia de buscar opciones viables para reemplazar al ladrillo o formas de manejo que reviertan la contaminación del medio ambiente. El proyecto permitirá disminuir los efectos indeseados en el medio social y natural, sin que por ello deje de ser el material económico de la construcción.

Actualmente la contaminación ambiental es uno de los problemas más graves de Salud Pública que se presentan a nivel mundial. Por esto, es de primordial interés crear en las personas un conocimiento y una conciencia para la solución de dicho problema por la contaminación por la producción de ladrillos. Esperamos contribuir con este aporte, y desarrollar en nuestra población una conciencia y actitud ecologista, poniendo énfasis en la práctica de los valores ético-morales de la comunidad humana, que orientan nuestra conducta hacia el respeto de todos los seres vivientes y no vivientes del mundo natural. Los diferentes tipos de contaminaciones han causado millones de muertes de personas en especial niños. Según datos de la UNICEF y la OMS en el año 1993, el 28% (3.6 millones) de defunciones infantiles que ocurren en el mundo están causados por IRAS (Infecciones Respiratorias Agudas). Y el 23% (3 millones) de niños, murieron por EDAS (Enfermedades Diarreicas Agudas), causada por la deshidratación. Por ejemplo en países desarrollados, el asma está creciendo y los factores ambientales como la contaminación atmosférica y los alérgenos de las casas parecen ser en parte culpables. Más de 100 millones de personas en Europa y Norteamérica están aún expuestos a una atmósfera insalubre, entre estas los niños,

son los más afectados. Por otro lado, en países en desarrollo las muertes están relacionadas a situaciones ambientales, como por ejemplo en América Latina: 4 millones de niños mueren al año por IRAS, relacionadas con la contaminación atmosférica. Tanto en lugares cerrados (cocinar a leña), como en lugares externos (industria). Se muestra una relación entre los datos de salud, de los habitantes de las zonas de producción de ladrillos.

Hoy en día la fabricación de ladrillos, tejas y otros productos de arcilla cocidos se ha convertido en un problema ecológico en muchas ciudades de la República Mexicana debido al tipo de combustibles que se utilizan para la cocción de esos productos: leña, llantas, madera, acumuladores, plásticos o textiles, entre otros, al ser incinerados, emiten una gran cantidad de gases a la atmósfera, como monóxido de carbono, óxidos de nitrógeno, bióxido de azufre y partículas sólidas.

***METODOLOGÍA**

El estado de Hidalgo, se encuentra en la parte central del país, correspondiéndole tanto aridez del norte como exuberancia del sur, conformado por 20,813 km² colinda al norte con San Luis Potosí, al Oriente con Veracruz al este con Puebla y Tlaxcala al sur con el Estado de México y al oeste con Querétaro. Dividido por 10 regiones geoculturales: la Huasteca, la Sierra Alta, la Sierra Baja, La sierra Gorda, la sierra de Tenango, el valle de Tulancingo, la Comarca minera, La altiplanicie Pulquera, la cuenca del México, el Valle del Mezquital.

Zapotlán de Juárez es el municipio número 82 de los 84 municipios del estado de Hidalgo en México. Llamado así en honor del "Benemérito de las Américas", el Lic. Benito Juárez, dictador de las Leyes de Reforma, que separaban la Iglesia del Estado. La palabra Zapotlán

deriva de las raíces nahuas "zapoiti" zapote, y "tlan" lugar, por lo que significa lugar de zapotes.

El municipio colinda con los municipios de Pachuca de Soto, al norte; San Agustín Tlaxiaca, Tolcayuca y el Estado de México al Oeste; Zempoala, al este; y Villa de Tezontepec, al sur. Localizándose en el sur del estado, a los 19°58' de latitud norte, y los 98°52' longitud oeste, a 2,360 msnm.

El municipio de Zapotlán cuenta con aproximadamente 2 habitantes, y 133 km². El municipio cuenta con 3 comunidades principales Zapotlán, San Pedro Huaquilpan y Acayuca, así como otras pequeñas localidades como Pitahayas, La Biznaga y El Comal. Adquirió el carácter de municipio el 5 de septiembre de 1935, desmembrándose del municipio de Tolcayuca; antiguamente se le quería dar el nombre de Zapotlán de Santa María.

El territorio es mayoritariamente plano, con tierras de cultivo.

Al oeste del municipio se alza una pequeña cadena de cerros, y al este una segunda cadena entre los que destaca el llamado "Cerro del Picacho", el más alto del municipio, con una altitud de unos 2,996 m.

Se cultiva principalmente cebada, aunque también maíz, frijol, trigo y calabaza.

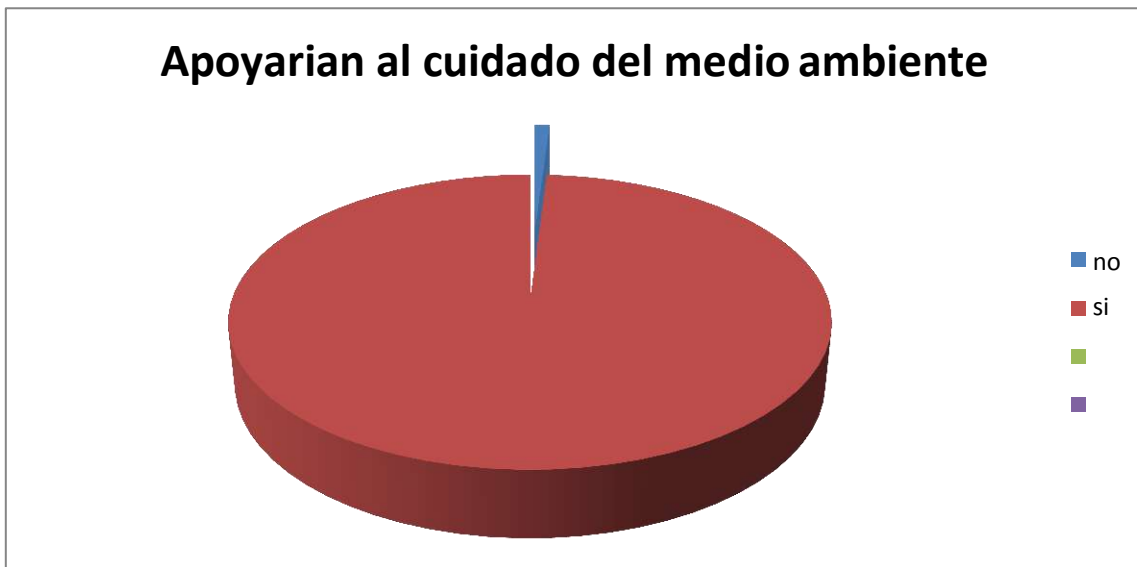
Zapotlán tiene un crecimiento poblacional, y esto ha propiciado el establecimiento de nuevas zonas habitacionales. Y esto a propiciado la continua demanda de material de construcción incluyendo la nueva universidad ubicada en san Javier.

Para los efectos del tipo de negocio que se contemplan no existe mayor dificultad respecto a las condiciones climáticas debido a que no son causales de daño importante.

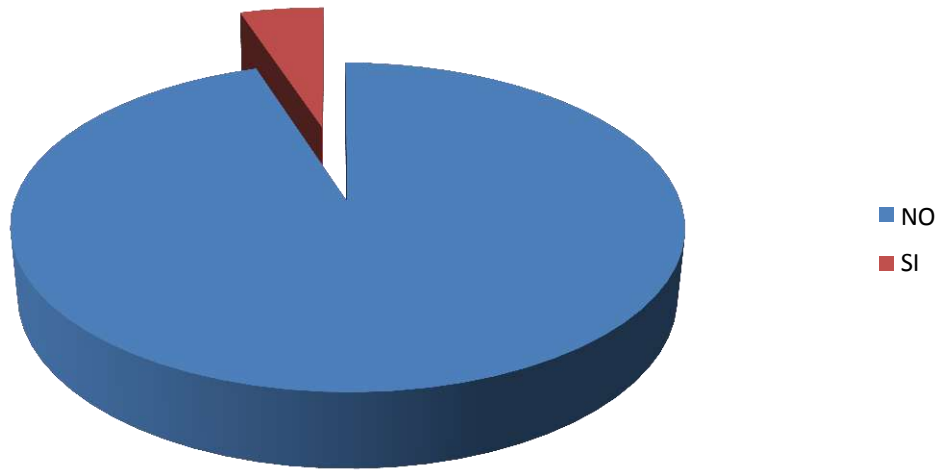
Para realizar esta investigación se realizaron las siguientes encuestas a un grupo de 100 personas:

DATOS ESTADÍSTICOS O ENCUESTAS

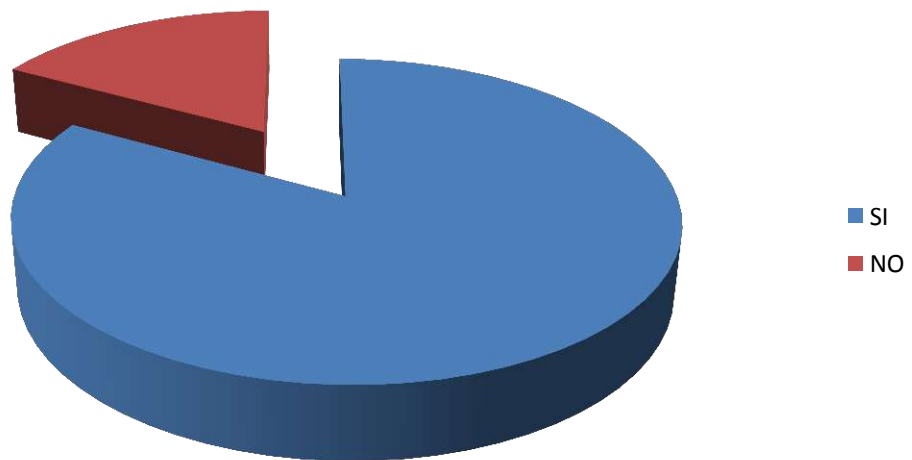
Según la prueba de preferencia realizada se evaluó por medio de esta, en la cual se le pidió al mismo panel que aplicó el test de preferencia que evaluara la aceptabilidad del producto que resultó seleccionado. Entre las siguientes opciones:



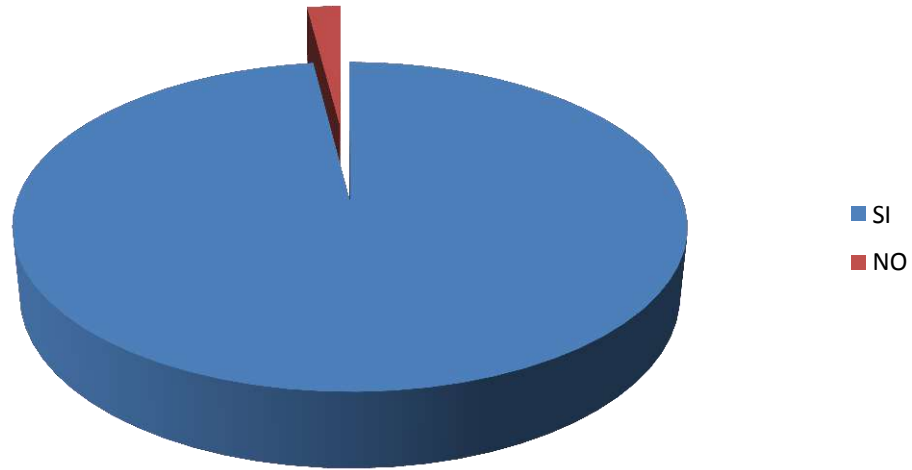
Habían escuchado hablar de ladrillos ecológicos



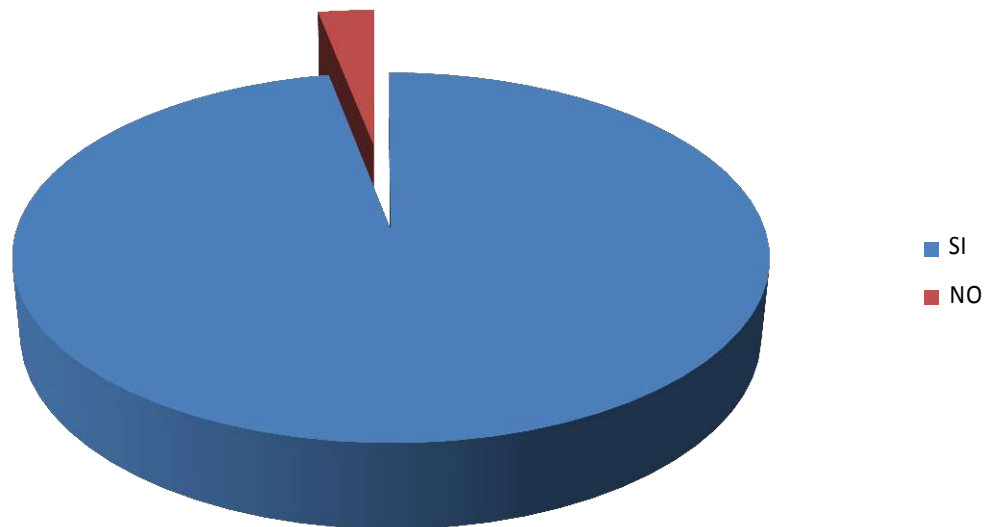
Utilizarían ladrillos ecológicos en su construcción



Compraría ladrillos de diferentes colores.



Compraría ladrillos de diferentes formas.



Análisis del producto.

NÚCLEO:

Eco-ladrillo es un producto que está elaborado con los siguientes materiales:

Tierra para ladrillo: esta se compra en el arenal, este tipo de tierra es especial para elaborar ladrillo.

Polímero: este material es un compuesto químico elaborado para dar dureza y firmeza al ladrillo.

Agua: es mezclado con el polímero para poderlo mezclar con la tierra.

Colorante: se utilizan diferentes colorantes para el gusto del cliente.

CALIDAD:

Resistencia: debe ser mayor o igual a la del ladrillo normal.

Impermeabilidad: cuanta con esta característica propia de los ladrillos.

Ecológico: son elaborados sin la necesidad de la quema de combustibles.

Variedad de colores: puede elaborarse en diferentes colores para los clientes.

Variedad de tamaño: con diferentes modelos se puede elaborar ladrillos de 5x12x24 o 7x14x28

ANÁLISIS DEL MERCADO.

La investigación de mercado debe proporcionar información que sirva de apoyo para la toma de decisiones y cumplir las siguientes características:

- a) La recopilación de la información debe ser sistemática.
- b) El método de recopilación será objetivo y no tendencioso.
- c) Los datos recopilados deberán contener siempre información útil.
- d) El resultado de la investigación servirá de base para tomar decisiones

Identificación del segmento de mercado:

Nuestros clientes son todos aquellos quienes deseen consumir ladrillos para la construcción o remodelación de cualquier tipo de estructuras.

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores (oferentes) están decididos a poner a disposición del mercado en un precio determinado.

El propósito del análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, opera en función de una serie de factores, como el precio del producto en el mercado y otros. La investigación de campo deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto.

Este producto es un insumo de la construcción, por lo que está ligado al desarrollo de esa actividad. La construcción en México está creciendo debido principalmente al desarrollo de unidades habitacionales de interés social; en consecuencia, el giro de la fabricación de ladrillos se expande de acuerdo con ese comportamiento.

La demanda de los productos de este giro corresponde a bienes necesarios y por su temporalidad es constante todo el año.

El producto es empleado por las empresas constructoras, ingenieros y arquitectos que se dedican a la construcción de edificios, casas habitación y locales para las diferentes actividades económicas.

El desarrollo de este giro debe enfocarse a mercados regionales locales específicos y a la exportación del producto, principalmente a países como Estados Unidos y Centroamérica, para los cuales la materia prima y la mano de obra mexicanas es más competitiva.

El precio del producto final ha evolucionado de igual forma que el Índice Nacional de Precios al Consumidor. La distribución de los productos del giro se realiza normalmente a través de empresas de materiales para la construcción.

COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA:

Ya que es un producto innovador no cuenta con un comportamiento de sus antecedentes en cuanto a ladrillos ecológicos, con esto se busca mejorar los procesos para su producción y reducir los índices de contaminación al medio ambiente.

En una información encontrada recientemente se dice que el diputado Martin Álvarez Martínez, presidente de la comisión de la Ecología y Medio Ambiente del Congreso del Estado informo que se está apoyando a una asociación de ladrilleros de la capital del estado para que inicie con la producción de ladrillos ecológicos a fin de buscar alternativas para el uso de este material en la elaboración de vivienda y con ello, reducir los índices de contaminación.

Así también agrego que existen muchas alternativas para el conocimiento de ladrillos de manera ecológica, sin el uso de quema de llantas, papel y otros materiales que provoquen alta contaminación el aire y el suelo, como puede ser el uso de hornos electricos.

De acuerdo con la estadística en el municipio de Zapotlán de Juárez existe una Población de 18037 personas. Y hasta el 2012, en Hidalgo hay 662 341 viviendas particulares.

Es por eso que las perspectivas que se tienen es generar espacios que satisfagan las necesidades humanas en condiciones saludables, sostenibles, innovadoras y con un distingo competitivo como lo es ser ecológico.

A corto plazo; generar cierta cantidad de bloques y ladrillos ecológicos, teniendo en cuenta el tamaño de la población que está dispuesto a adquirir nuestro producto y por supuesto dándole el impulso necesario para el logro de su venta.

Mediano plazo; la fabricación de polímeros resulta un proyecto altamente positivo es por eso que se tiene que dar a conocer a las constructoras y al público en general para lograr mayores ventas. Ya que los ladrillos ofrecen mayor resistencia al fuego, mayor resistencia mecánica, similar absorción del agua, mejor asimilación acústica y a su vez, se puede cortar y clavar con facilidad.

Largo plazo; una vez que el producto de Eco-Ladrillo sea conocido por constructoras, así como sus características podrán utilizarlo para todo tipo de construcción y principalmente ayudaran a cuidar el medio ambiente.

Principales ladrilleras dentro del estado de hidalgo:

Ladrillera	Ubicación
La Mora	Calle Heroico Colegio Militar 139, Chapultepec CP: 42500. Actopan, Hidalgo, Hidalgo
Camargo	Calle Heroico Colegio Militar S/N, Chapultepec CP: 42500. Actopan, Hidalgo, Hidalgo
Leones de Actopan	Calle Carlos Mayorga, S/N. Actopan, Hgo. – ACTOPAN

ANÁLISIS DE PRECIO.

El precio de los ladrillos es de entre \$2 y \$ 2.20 por pieza

Actualmente el ladrillo se está comprando a los diferentes productores entre el \$1.6 y 1.80 dependiendo de la cantidad y calidad.

La competencia está muy posicionada y tiene un precio en el mercado de \$2 y \$2.20 por lo cual el precio del ecoladrillo debe de radicar en este margen de precio.

Los precios serán negociados con el cliente haciendo conciencia que en la compra de nuestro producto estará cuidando al medio ambiente y se le garantizara la calidad de nuestro producto.

Los precios de los competidores serán negociados determinando los volúmenes de la materia prima obteniendo mejor precio.

Se determinara que publicidad se aplicara para dar a conocer a nuestros clientes y se aplicaran promociones para el lanzamiento del ecoladrillo.

Se determinaran los precios máximos y mínimos cuidando que se cubran los gastos y costos, obteniendo la mayor utilidad.

ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

La determinación de un tamaño óptimo es fundamental es esta parte del estudio. Hay que aclarar que tal determinación es difícil, pues las técnicas existentes para su determinación son iterativas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño también depende de los turnos trabajados, ya que para un cierto equipo instalado, la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje, en este caso solo se manejara por día o como se conoce comúnmente por jornada, donde se espera contar con la siguiente producción:

	diarias	semanales	Mensuales	anual
Unidades	3840	23040	92160	1152000

Y con la siguiente distribución en el color de los ladrillos para tener una variedad y lograr la venta más eficientemente

Tabiques	cantidad
Rojo	960
Rojo quemado	960
Amarillo	960
Naranja	960

***RESULTADOS PRELIMINARES O FINALES**

Luego de la revisión de las ideas expuestas en esta investigación se concluye:

- 1. NO SE UTILIZO QUEMA ALGUNA DE COMBUSTIBLES.
- 2. SE AHORRO UN 70% DE TRABAJO TRADICIONAL.
- 3. SE OBTUVIERON LADRILLOS 100% ECOLÓGICOS.
- ACÚSTICOS TÉRMICOS E IMPERMEABLES.



BIBLIOGRAFÍA

Artal, C. Manuel. (2007). Dirección de Ventas, España. Ed. Esic. 7a Edición.

Dominick, S. (2009). Microeconomía, México. Ed. Mc Graw Hill. 4a Edición.

García, B. María. (2009). +Venta, España: Ed. Esic. 3a Edición.

Kotler, p. (1996). Dirección de Mercadotecnia. Ed. Diana. 3a Edición.

Schmelkes, C. (2008). Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación, México. Ed. Oxford. 2a Edición.

Spencer, H. Milton. (1993). Economía Contemporánea, España Ed. Reverte. 3a Edición.

La innovación como parte estratégica en las organizaciones

Lucía Teresa Soberanes Rivas.

Instituto de Ciencias Económico Administrativas

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Flor de María Mendoza Austria

Instituto de Ciencias Económico Administrativas

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen

En la actualidad dada la globalización en la cual estamos inmersos, trae consigo que la innovación sea considerada como uno de los factores fundamentales del desarrollo de los países avanzados e industrializados, ya que las organizaciones por ende están creadas para atender las múltiples necesidades tanto de los consumidores como de los usuarios, y ser visionario e ir más allá, ser previsores de las necesidades de los mercados, innovar en los productos, procesos y demás servicios de aceptada calidad, generando con ello ser competitivos. La innovación hace necesaria la reacción ante los cambios que impone el mercado globalizado. Utilizar al máximo los recursos con los cuales dispone y sobre todo tener en mente a la innovación como factor imprescindible para lograr la ventaja competitiva.

Palabras claves: innovación, empresa y competitividad

Introducción

Estamos inmersos en la globalización, por consiguiente la innovación está considerada como uno de los factores fundamentales en el desarrollo de los países avanzados. La innovación no exclusivamente consiste en la incorporación de la tecnología de punta, sino ir más allá, como prever las necesidades de los mercados, descubrir productos nuevos, los procesos y además los servicios de alta calidad, generando con ello seguir posicionados en el mercado. La innovación hace necesaria la reacción ante los cambios que impone el mercado globalizado y alcanzar la ventaja competitiva.

El hombre siempre ha tenido la necesidad de crear grupos que buscan un fin común, lo que da como resultado la formación de organizaciones, que se puede definir de mejor manera como —una unidad social coordinada deliberadamente, compuesta por dos o más personas que funciona más o menos de manera continua para alcanzar una meta o metas comunes‖ (Robbins, 2004).

El proceso de administración dentro de las empresas es determinante, ya que la organización necesita la coordinación de los esfuerzos de sus integrantes para el desarrollo de sus actividades, Koontz y Weihrich (2004), definen a la administración como —el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el cual los individuos trabajando en grupos de manera eficiente, alcancen objetivos seleccionados.‖

La presente investigación es documental.

Objetivo o propósito.

El propósito de la investigación es abordar el tema de la innovación, la cual realizan las empresas y por ende saber como les repercute. La innovación en las organizaciones esencialmente es una tema de aprender a organizar la fusión y creación de conocimientos, ya que el crear productos o procesos innovadores se deriva en una mejor calidad en el producto, los diseños y materiales, para así dar cumplimiento a las normas de calidad, además la empresa debe ofrecer un precio acorde a las necesidades del cliente y sobre todo, que permita a la firma ser día a día ser competitiva (Díaz, Acevedo y Ramirez, 2008).

La innovación está considerada como sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito algo novedoso, y de esta forma aporte soluciones inéditas a los problemas, de respuesta a las necesidades de la sociedad y de los individuos. Innovar también significa introducir modificaciones en la forma de hacer las cosas, para mejorar el resultado final. Así, una innovación puede ser desde una acción o una acción sobre el precio de un determinado artículo, para de esa manera conquistar el mercado, hasta la mejora del producto anterior o descubrir un uso nuevo para el producto ya existente (Ferrer Salat, 1984).

Habitualmente, se asocia el concepto de innovación de manera automática al mundo de la empresa y los negocios, hoy día, directamente al ámbito de los avances tecnológicos y al uso intensivo de las nuevas herramientas que circulan en la —Galaxia Internet‖ (Castells, 2009).

Las empresas requieren desarrollar sus capacidades, las cuales pueden ser organizacionales y/o tecnológicas y de acuerdo a Bell (1984), y Bell y Pavitt (1995), el adquirir estas capacidades tecnológicas es lo que hace posible la innovación y competitividad en las firmas.

Para lograr una mayor productividad a través de la innovación, se ha provocado un cambio radical en los modelos económicos y de gestión en las compañías, anteriormente basados en la mano de obra y el capital, esto ha sucedido especialmente en la segunda mitad de los años noventa, estableciendo como factores críticos: el conocimiento, la formación y el recurso humano, punteando con ello la economía basada en el conocimiento.

Más allá, la economía fundada en el conocimiento está pasando a ser la economía dirigida por el conocimiento, de forma que sea éste la herramienta fundamental de la gestión del conjunto de procesos de cualquier empresa. Ello implica gestionar de forma eficiente un conjunto de información que anteriormente no había conocido la sociedad. Precisamente el hecho de tener información correcta, en el momento apropiado y a disposición de las personas adecuadas, es lo que diferencia y proporciona ventajas a las organizaciones. La política regional de innovación, que tiene su fundamento en el análisis de las necesidades en cualquier compañía, centra una parte transcendental de sus esfuerzos para facilitarles la obtención de información relevante, favoreciendo así la innovación para una competitividad más eficiente, lo cual se divide en cuatro imponentes categorías, siendo estas: el capital financiero, capital humano, ideas e infraestructura física. Agrupación que de una u otra forma justifica las variadas formas de caracterizar el esfuerzo innovador en una unidad de análisis, como un país, región o firma.

Los matices del término

El significado de la innovación parece evidente y unívoco, pero ¿es realmente así? En un sentido amplio, la innovación está en todas partes, afirma Godin (2008). Se encuentra en el mundo de los bienes (tecnología) pero también en el mundo de las palabras: la innovación es discutida en la literatura científica y técnica, pero también en ciencias sociales como la historia, sociología, administración y economía. La innovación es también una idea central en el imaginario popular, en los medios y en la política pública. En suma, la innovación se ha convertido en un emblema de la sociedad moderna y en la panacea para resolver un sin número de problemas (Godin, 2008).

La innovación, concepto que se tornó habitual en todos los ámbitos, se ha consolidado entre los profesionales que están relacionados con la gestión empresarial, sociología, economía o geografía, con la idea de que un esfuerzo de innovación sostenido es lo mejor que le pueda pasar a una empresa, está entendido como la capacidad de generar e incorporar conocimientos para dar respuestas creativas a los problemas que se presenten, en la actualidad es un factor clave para optimizar la competitividad de las compañías y de alguna forma beneficiar el progreso de las regiones. No sólo en términos de crecimiento económico, sino desde una perspectiva integrada.

Los estudios que incluyen en sus objetivos prioritarios describir e interpretar los procesos de innovación y sus impactos (económicos, laborales, socioculturales, ambientales, entre otros), se han convertido en líneas de investigación relevante de las últimas décadas en ciencias sociales, con especial protagonismo en el ámbito geográfico de las propuestas teóricas y los estudios empíricos que se realizan desde la geografía económica e industrial (Feldman, 1994; Malecki, 1997 y Méndez, 1998).

En los últimos años se activa la aparición de distintos referentes teóricos que sitúan la innovación y sus relaciones con el territorio como foco de atención, en algunos casos parecería detectarse síntomas de rendimientos decrecientes en el plano teórico; no obstante, este tipo de trabajos avanza gradualmente para estar a la vanguardia de la aparición de estudios empíricos, insuficientes y realizados con metodologías dispares que hacen casi imposible su contrastación. La propuesta surgida en la llamada Economía del Conocimiento y trasladada al plano territorial con las significaciones como región inteligente, *learning región* o territorios que aprenden (Florida, 1995; Antonelli, y Ferrão 2001 y Jambes, 2001), todos ellos ligados al actual protagonismo del conocimiento y aprendizaje colectivo como recursos específicos, es la que parece haber alcanzado una mayor difusión. El grupo francés sobre Dinámicas de Proximidad (Gilly y Torre, 2000), que centra su atención en la importancia ejercida por la proximidad física además de la funcional y cultural en la creación de redes capaces de transmitir saberes tácitos, no formalizados y difícilmente codificables pero que siguen siendo esenciales para la generación y difusión de innovaciones, aporta una atención específica sobre una temática de tradicional interés geográfico, ahora reinterpretada.

Finalmente, los estudios sobre Sistemas Nacionales y Regionales de Innovación (Lundvall y Johnson, 1994 y Cooke y Morgan, 1998), proponen una visión integrada de los procesos innovadores en los que participan actores diversos, los que producen conocimiento y lo transmiten a quienes lo utilizan, adyacente a una serie de instituciones e infraestructuras que regulan ese flujo, lo que permite la elaboración de diagnósticos sobre la estructura del sistema de innovación (o ciencia-tecnología-industria) existente en cada territorio, identificando las características de sus componentes y la existencia o no de relaciones entre ellos y con el exterior.

De hecho son los empresarios quien al tener una relación estrecha con su empresa mejor la conocen,por tanto, son ellos los que deben decidir cuando y como innovar su organización.Deben integrar el emprendurismo,para de esta forma continuar potencializando, innovando y acrecentar la competitividad y posicionamiento de los mercados.

El proceso para la innovación tiene una gran versatilidad, no solo entre las distintas organizaciones sino también en los diversos proyectos de la misma. Cada una de las innovaciones es distintiva en relación al proceso que la generó. Aunque de hecho no existe rigurosamente un orden lógico ni cronológico entre las fases que desarrollan.

Toda innovación en cualquier producto que sea es determinante, para realizar cambios o modificaciones en sus líneas de producción, cuando de hecho los conocimientos no son estrictamente nuevos. En esos casos es importante el Know-how de aquellos quienes están involucrados en los procesos porque han trabajado con él por mucho tiempo y por ende están familiarizados.

Los investigadores reconocen el papel trascendental que juega el talento humano en la innovación de las empresas, donde el conocimiento adquirido e incorporado en las personas contribuye a la obtención y uso de habilidades nuevas y existentes (Camelo, Martín, Romero y Valle, 2000; Li, Zhao y Lin, 2006), en el desarrollo de nuevos productos y procesos, en la introducción de nuevas formas de administración de las empresas. Lo anterior determina la relevancia de la estructura organizacional para la administración de los recursos humanos (Hewitt, 2006; Parise, 2007) en función de un mejor desempeño innovador en las empresas (Laursen y Foss, 2003; Michie y Sheehan, 1999).

La innovación está considerada como el principal motor del crecimiento económico. Los métodos de fabricación o la comercialización, estas añaden valor a la economía permitiendo mejorar el nivel de vida (Reid, 1993). Es de suma importancia que como parte de la innovación se impulse el marketing en los productos nuevos.

Como lo señala Villa (2004), la innovación se fundamenta en la gestión por procesos, enfoque manejado hoy día en los modelos de calidad de cualquier tipo de organización. La visión de los procesos permite conocer lo que la empresa hace y cómo lo hace. El mismo autor comenta, que la innovación debe entenderse como la aplicación del conocimiento interno y externo para de este modo generar procesos de producción, de uso-servicio y soporte) productos de mayor valía para el usuario o consumidor al menor costo posible, esto requiere profundizar en el conocimiento y dominio colectivo de todos los procesos.

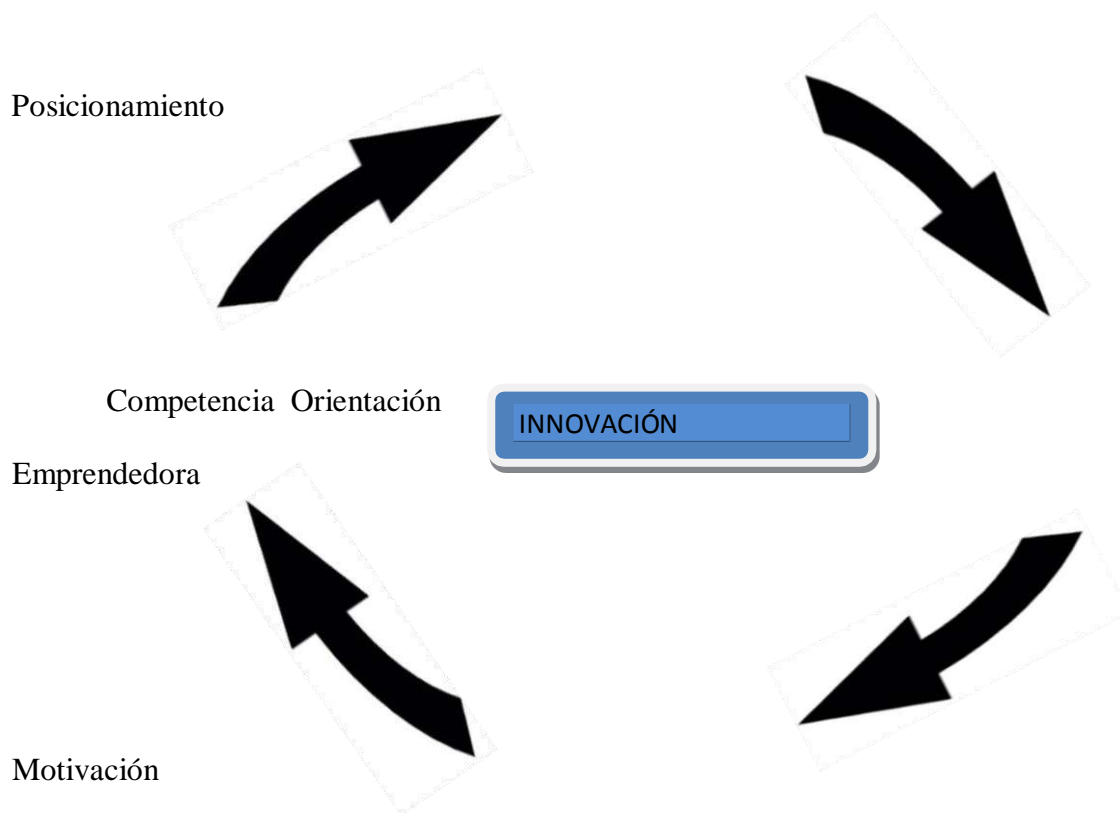
Cuando la experiencia es elevada en el mercado específico, así como la ausencia de la misma, pueden ser factores determinantes que estimulan la generación de ideas, por razones distintas. El conocimiento del mercado y las oportunidades que pueden surgir, basados en la experiencia y trayectoria, suelen ser activos sustanciales cuando de mejoras incrementales se trate en las plataformas de negocios existentes. El conocimiento limitado del mercado específico en el cual opera la firma y las limitaciones de la misma en desiguales dimensiones, puede promover la gestación de ideas radicalmente novedosas en aquellos recién llegados que disponen de las herramientas conceptuales y los conocimientos que son base y necesarios. Esto no es más que una pequeña manifestación del dilema entre estabilidad e innovación que se plantea en las organizaciones y es discutido ampliamente en la literatura sobre gestión de la innovación (Dodgson *et al.*, 2005; Tidd *et al.*, 2005).

La ciencia, tecnología e innovación, hoy día son definitivos y están implícitos en cualquier país en el comportamiento económico, ofrece oportunidades de fuentes de trabajo y además que las empresas sean competitivas. Por tanto la innovación es trascendental como fuente de ventaja competitiva incluso en los periodos de transición como acontece con la economía global, así lo expreso Ján Kubiš, Secretario Ejecutivo de la Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas (UNECE), en el discurso inaugural de la —International Conference on Policies to Address Financing and Entrepreneurial Challenges in High-growth Innovative Firms"¹.

1 En el marco de trabajo del Comité de Cooperación Económica e Integración (CECI) de la UNECE, del 2 al 4 de junio de 2010, tuvo lugar esta Conferencia en Helsinki (Finlandia), organizada en cooperación con el Ministerio de Empleo y Economía y el Ministerio de Asuntos Extranjeros del Gobierno de Finlandia, cuyo objetivo principal fue servir como plataforma para un amplio intercambio de buenas prácticas y políticas promoción del desarrollo de empresas innovadoras de alto crecimiento, de las experiencias de las lecciones aprendidas por los diferentes países asistentes.

La competencia actualmente exige generar necesariamente un clima adecuado dirigido a la innovación, que exista el compromiso de los subalternos y que participen con la organización, que estén abiertos a los cambios que se generan, a la formación y actualización permanente.

Figura núm. 1



Fuente: Elaboración propia

Para Goñi Zabala (2001), "La innovación es una competencia o capacidad organizativa que se manifiesta en la velocidad de respuesta, en el acierto a la adaptación de la organización, a los cambios previstos y observables en el mercado, a través de la aplicación de conocimientos y tecnología, de la topología organizativa y las competencias de los individuos, con resultados exitosos, continuos y coherentes con la estrategia empresarial".

La innovación, en términos más concretos, entraña definitivamente el objetivo de perfeccionar la posición competitiva de las organizaciones por medio de la incorporación de la tecnología de punta, además de conocimientos de tipo distinto. El proceso de innovación consiste en una serie de actividades científicas, tecnológicas, organizacionales, financieras, comerciales, entre otras; acciones que potencialmente, innovan las fases

productiva y comercial de cualquier empresa, independientemente al giro que se dedique. Para quienes examinen la innovación como fenómeno portador de una metamorfosis en gran escala, es la base de lo que en la actualidad denominan sociedad del conocimiento, siendo uno de los motores de la globalización. Por ello la innovación permite la capacidad de afrontar los cambios, además del desarrollo de capacidades creativas. La clave del crecimiento empresarial definitivamente es la creación de valor a través de la inversión en la innovación y la investigación. Es la construcción de nuevos y/o mejores ambientes de aprendizaje que le permitan al personal sentirse cómodo, relajado, que exista un buen clima organizacional, que el capital intelectual estén dispuestos para trabajar; que incluyan dentro de sus cuadros de formación el tema del liderazgo desarrollador, además de proponer un recurso exclusivo para la innovación.

Conclusiones:

Para que una organización siga posesionada en el mercado, como parte de su estrategia tendrá que estar innovando, ya que ello permitirá que la empresa sea competitiva y por tanto estar a la vanguardia, la innovación debe ser la razón de ser de cualquier organización, de lo contrario estarán fuera de contexto. Los directivos saben de antemano que para poder lograr los objetivos y alcanzar las metas establecidas deben cambiar el paradigma de los involucrados y así constantemente innovar. Retomando al autor (Reid, 1993) es importante innovar e impulsar el marketing, añadiendo con ello un crecimiento a la economía y por ende mejorar el nivel de vida.

Los entes son parte activa e imprescindible de cualquier organización, por tanto, la innovación de una empresa, de una región o de un país, es el individuo.

Cualquiera que sea la innovación, demanda del recurso humano los cuales deben poseer creatividad, que tengan también iniciativa, para de esa forma poder aportar a la empresa para la cual se contrato. Hay que ponerlo en práctica, debe fomentarse la orientación emprendedora en los sujetos y motivarlos para que fluya el potencial innovador que tienen. En las organizaciones debe existir el compromiso de todos los que colaboran en ella, para continuar en el mercado y las aportaciones de ideas innovadoras debe ser permanente.

Las organizaciones constantemente deben innovar, porque es un factor clave de la competitividad, estar a la vanguardia en la tecnología aplicada porque se considera herramienta que debe integrarse a los procesos de cualquier organización. Deben incrementar la innovación que es la capacidad para transformar todos los procesos empresariales y crear empresas competitivas, ágiles y eficientes.

Fuentes de consulta

Antonelli, C. y J. Ferrão (coords.) (2001). *Comunicação, conhecimento colectivo e inovação. As vantagens da aglomeração geográfica*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, Univ. de Lisboa.

Bell, M. (1984). Learning and the Accumulation of Industrial Technological Capacity in Developing Countries, en K. King y M. Fransman (eds.) *Technological Capacity in the Third World*; pp. 187-209, London, MacMillan.

Bell, M., y Pavitt, K. (1995), “*The Development of Technological Capabilities*”, in I.u. Haque (ed.),

Trade, Technology and International Competitiveness, Washington, The World Bank, pp. 69-1

Camelo, C., Martin, F., Romero, P. y Valle, R. (2000). Relación entre el tipo y el grado de innovación y el rendimiento de la empresa. Un análisis empírico. *Economía Industrial*, 333,149-160.

Castells, Manuel (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial

Cooke, P.N. y K. Morgan (1998). *The associational economy: firms, regions and innovation*. Oxford: Oxford University Press.

Díaz, M., Acevedo, J. y Ramírez, C. (2008). Capacidades Tecnológicas e integración industrial de las PYMES del sector metal-mecánica con las empresas líderes en Sonora. Mt 6 SinncO 2008.

Dodgson, M., Gann, D. y Salter, A. (2008): *The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice*. Oxford, Oxford University Press.

Feldman, M. (1994). *The geography of innovation*. Dordrecht: Kluwer.

Florida, R. (1995). "Toward the learning region". *Futures* 27, 5: 527-536.

Gilly, J. P. y A. Torre (dirs.) (2000). *Dynamiques de proximité*. París: L'Harmattan.

Godin, B. (2008): —Innovation: the History of a Category, paper no. 1, *Project on the Intellectual History of Innovation*, Montreal, INRS.

Goñi Zabala, J. J. (1999). *El cambio son personas*. Madrid: Díaz de Santos

Jambes, J.P. (2001). *Territoires apprenants. Esquisses pour le développement local du XXI^e siècle*. París: L'Harmattan.

Koontz, H. y Wehrich, H. (2004) *Administración*. Editorial McGraw Hill. 12^a edición. México.

Hewitt, N. (2006). Resource and capability constraints to innovation in small and large plants. *Small Business Economics*, 26(3), 257-277.

Laursen, K. y Foss, N. (2003). New human resource management practices, complementarities and the impact on innovation performance. *Cambridge Journal of Economics*, 27 (2), 243-263.

Li, Y., Zhao, Y. y Lui, Y. (2006). The relationship between HRM, technology innovation and performance in China. *International Journal of manpower*, 27 (7), 679-697.

Lundvall, B. A. y Johnson (1994). "The learning economy". *Journal of Industry Studies* 1, 2: 23-42.

Michie, J. y Sheehan, M. (1999). HRM practices, R& D expenditure and innovative investment: Evidence from the UK's 1990 workplace industrial relations survey (WIRS). *Industrial and Corporate Change* 8(2), 211-234.

Parise, S. (2007). Knowledge management and human resource development. An application in social network analysis methods. *Advances in Developing Human Resources*, 9 (3); 359-383.

Robbins, Stephen. (2004). Comportamiento organizacional: Conceptos, controversias y aplicaciones. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. México.

Villa, A. (2004). Liderazgo para la innovación, en Villa Sánchez, A. (Coord.) Dirección para la innovación: apertura de los centros a la Sociedad del Conocimiento. IV Congreso Internacional sobre Dirección de Centros Educativos Bilbao: ICE-Universidad de Deusto.

Cambio tecnológico y habilidades TIC en México: un análisis del mercado laboral y los hogares

Aldo Josafat Torres García

Centro de Investigaciones Socioeconómicas (CISE) - Universidad Autónoma de Coahuila, correo electrónico: aldo.torres@uadec.edu.mxTeléfono: 412-90-29

Gustavo Feliz Verduzco

Centro de Investigaciones Socioeconómicas (CISE) - Universidad Autónoma de Coahuila, correo electrónico: gustavo.felix@uadec.edu.mxTeléfono: 412-90-29

Resumen

La incorporación de nueva tecnología por parte de las firmas en pro de una mayor competitividad ha modificado la estructura del empleo en términos de la valorización y la remuneración salarial de la mano de obra calificada en detrimento de la no calificada. Típicamente en la literatura referente al mercado laboral, esta situación es identificada bajo la hipótesis del cambio técnico sesgado (HCTS); los estudios referentes a este tópico señalan que a finales de la década de los setentas este fenómeno experimentó un incremento en los Estados Unidos, principalmente debido a la incorporación de nuevas tecnologías por parte de las firmas, mientras que para el resto del mundo los efectos del cambio técnico se presentaron años más tarde.

En este documento se presenta una aproximación a la estimación del efecto del cambio técnico en México para el año 2012 haciendo uso de las encuestas ENOE y ENDUTIH²⁷, teniendo como caracterización de la tecnología a la computadora, encontrándose evidencia a favor de la Hipótesis del Cambio Técnico Sesgado (HCTS²⁸). Posteriormente, se vincula la HCTS con un análisis exploratorio de datos con base a la encuesta ENDUTIH para el año 2012.

²⁷ Ambas encuestas son proporcionadas por INEGI (2012).

²⁸ Hipótesis de Cambio Técnico Sesgado.

El objetivo del documento es mostrar evidencia del Cambio Técnico Sesgado en México, así como vincular esto con las características de los usuarios de computadoras e internet en nuestro país, exhibiéndose el incremento en la demanda de capital humano con habilidades TIC por parte de las empresas y el aún deficiente nivel de estas habilidades por parte de la población.

Palabras clave: Cambio Tecnológico, Tecnologías de la Información, Mercado Laboral.

1. Introducción

El panorama competitivo global contemporáneo, ha llevado a productores y oferentes de bienes y servicios a incorporar nueva tecnología en sus procesos productivos y administrativos, situación que ha ocasionado que el mercado laboral tienda a valorizar la mano de obra calificada en detrimento de aquella no calificada. Lo anterior tiene implicaciones en términos del empleo y de la desigualdad salarial.

Actualmente, los sistemas de fabricación se sustentan en las tecnologías de la —era de la información, en particular, son especialmente importante los microchips de computadoras como un punto clave en las nuevas tecnologías de la información que determinan la aceleración de la globalización de las relaciones económicas (McMichael, 2004). En este sentido, la intensa incorporación de computadoras lleva a una valorización progresiva de las competencias necesarias para el manejo de estas nuevas tecnologías por parte del mercado laboral (OCDE/CEPAL, 2011). Este cambio técnico ha producido efectos sobre la calificación de los trabajadores demandados y sus respectivas remuneraciones salariales, siendo favorecidos los mayormente calificados en detrimento de los menos habilitados, este efecto es conocido como cambio técnico sesgado.

Sin embargo, las implicaciones de la apropiación y uso de las computadoras en el plano nacional requieren de un acercamiento al desarrollo digital de México, mediante el cual se exploren las características y asociaciones entre capital humano, tecnología informática, ingreso/salario, y la productividad/eficiencia para las empresas.

El documento se organiza de la siguiente manera, en la siguiente sección se establece la dinámica del cambio técnico, posteriormente se presenta una revisión de casos empíricos, después se realiza un análisis para observar el efecto del cambio técnico en México y finalmente las conclusiones.

2. Cambio Técnico: hipótesis y revisión de trabajos empíricos

2.1.- La dinámica del cambio técnico

El cambio técnico, caracterizado por la incorporación de nueva tecnología en los procesos productivos y administrativos por parte de las empresas (Acemoglu, 2002; CEPAL, 2010), no ha sido neutral sino sesgado, favoreciendo a los trabajadores calificados, fenómeno que ha experimentado un drástico incremento desde finales de la década de 1970 (Acemoglu, 2002). En este sentido, Caselli (2010), menciona que la adopción de tecnologías informáticas por parte de las firmas, repercuten en una tendencia a la alza en la demanda relativa por trabajadores calificados.

En específico, la caracterización del cambio técnico en las últimas décadas a través de las TIC es un hecho predominante en la literatura referente al mercado laboral, de tal forma que: —La fuente más citada del cambio técnico sesgado en las décadas de 1980 y 1990 es la computadora y las tecnologías relacionadas, incluyendo el Internet (Card y Di Nardo, 2002: 6); dado lo cual, surge la necesidad de explicar la relación existente entre

hombre y máquina²⁹, es decir, si la computadora complementa o sustituye a la actividad humana (Huesca et al., 2010), para esto, siguiendo a Author (2003), se tiene la clasificación entre tareas rutinarias y no rutinarias (“*routinetasks*” y “*nonroutinetasks*”), las primeras hacen referencia a un conjunto de actividades que pueden ser realizadas siguiendo reglas explícitas³⁰ (programables), mientras que las últimas, en caso contrario, se refieren a actividades complejas y de reglas poco claras para su ejecución sistemática en un equipo de cómputo (no programables)³¹, de aquí que se considere a las tareas rutinarias como actividades características de los trabajadores no calificados y a las no rutinarias como propias del personal calificado, ya que se supone que las actividades no programables requieren de mayor habilidad o formación (Acemoglu, 2002).

Habiendo establecido lo anterior es posible ahora definir la existencia de sustitución o complementariedad en el trabajo a través de computadora en función del tipo de actividades que se realicen, siendo entonces, que esta tecnología puede sustituir las tareas rutinarias efectuadas por los trabajadores, mientras que para las actividades no rutinarias tiene un efecto complementario (Huesca et al., 2010). Lo anterior tiene por lo menos dos efectos claramente distinguibles que son establecidos en la Hipótesis del Cambio Técnico Sesgado (HCTS): la adopción de nueva tecnología³² en las firmas incrementa la demanda por trabajadores calificados disminuyendo la de los no calificados, lo cual, a su vez, ocasiona un aumento del salario para el trabajo calificado en detrimento del de los no

²⁹ Es decir computadora.

³⁰ Podemos entender a las tareas rutinarias como aquellas que pueden ser ejecutadas a través de un algoritmo programado en un equipo de cómputo y que prescinden de un trabajador para su completa ejecución.

³¹ Las tareas no rutinarias son aquellas que no pueden ser ejecutadas completamente de forma sistemática e independiente a través de un algoritmo en una computadora u otra máquina sin ser supervisada u operada por un trabajador para la completa realización de la tarea.

³² Convencionalmente representada por la computadora.

calificados (Acemoglu, 2002; Autor et al., 1998; Berman et al., 1994; Card y Di Nardo, 2002; Dunne et al., 2004).

Dado lo cual, la HCTS tiene serias implicaciones en el empleo y la desigualdad salarial, mismas que al ser resultado del efecto de la tecnología medida usualmente a través de la computadora, se sujetan en gran medida a la llamada —Ley de Moorell, la cual señala que la cantidad de transistores de un chip se duplica cada dos años, esto significa mayor capacidad y velocidad de procesamiento, así como reducción en los costos del equipo de cómputo³³. De tal forma queda de manifiesto la dinámica inducida a través del cambio técnico en el mercado laboral y la necesidad de analizar sus efectos en el tiempo.

Uno de los principales retos al analizar la HCTS es como capturar ese efecto Huesca et al. (2010), normalmente se busca asociar las remuneraciones al uso de tecnología en el trabajo, la relación positiva de esta se manifiesta como un premio a la habilidad (Lang, 2002).

2.2.- Evidencia en trabajos empíricos.

A continuación se presenta una revisión de casos empíricos en los cuales se muestran diversas implicaciones del cambio técnico en el mercado laboral en México. Como se mencionó anteriormente, la literatura referente a la evidencia empírica de la HCTS a nivel mundial ha sido ampliamente revisada y citada, razón por la cual esta sección se avoca exclusivamente al plano nacional.

Esquivel y Rodríguez (2003), comentan que la desigualdad salarial en México se amplió a partir de 1980 y hasta la mitad de la década de 1990, y se ha estabilizado desde ese momento; se describe como la coincidencia entre el incremento de la desigualdad

³³ Extraído de -40 años del microprocesador: 1971-2011 de Intel.

salarial y la apertura comercial desafiaba a la teoría del comercio internacional, puesto que siendo México un país abundante en trabajo no calificado, la reducción de barreras al comercio supondría a una reducción de la brecha salarial entre trabajadores calificados y no calificados³⁴, esto inspiró un gran número de investigaciones; al respecto los mencionados autores, encuentran que el cambio técnico aparece como principal elemento explicativo del gran incremento de la disparidad salarial para México en el periodo previo al TLCAN, asimismo, los resultados exhiben en este mismo periodo un efecto en dirección del Teorema Stolper-Samuelson³⁵, así, en ausencia de cambio técnico, la liberalización comercial habría llevado a una disminución de la brecha salarial en ambos periodos.

López-Acevedo (2005), analiza el fenómeno de la desigualdad en México a través de los determinantes de la misma, encontrando que la disparidad educativa explica en gran medida la desigualdad en los ingresos, resaltando una creciente tendencia en el retorno a la educación para el periodo 1988 a 2002.

Meza (2001), analiza el efecto de la apertura comercial en los salarios y el empleo, encontrando que entre 1988 y 1998 aumentó la demanda relativa por trabajo calificado a nivel nacional así como en el sector manufacturero, sus resultados apuntan hacia el cambio técnico como principal motor tras los cambios en la manufactura nacional.

Caselli (2010), presenta los efectos de la liberalización comercial y el cambio técnico sesgado sobre el premio a la habilidad y los salarios reales en el sector manufacturero nacional para el periodo 1984 a 1990, apareciendo como resultado que el cambio técnico sesgado inducido por el comercio tiene efectos significativos sobre la desigualdad salarial, al respecto el autor menciona que la apertura comercial y el precio

³⁴ Teorema Stolper-Samuelson.

³⁵ Suponiendo que México es abundante en mano de obra no calificada.

relativo del equipo en Estados Unidos explica la cuarta parte del incremento en los salarios relativos calificados en el periodo 1984 a 1990.

Rodríguez y Castro (2012), estudian los cambios en materia ocupacional y salarial en los mercados de trabajo regionales de México, con datos de la ENEU³⁶ para el periodo 2000 a 2004, entre las contribuciones más importantes del análisis se encuentra la clasificación de asalariados por ocupaciones en función de la tecnología; los resultados muestran que el cambio tecnológico contribuyó a la demanda relativa por trabajo calificado de mujeres, jóvenes, y regiones con mayor propensión hacia actividades tecnológicas.

Sin embargo, cabe señalar que algunos estudios muestran que no es posible explicar totalmente la desigualdad en la estructura salarial a través del cambio técnico (Huesca et al., 2010).

3.- Análisis del Cambio Técnico para México

3.1. Antecedentes

Para México, el cambio en la tenencia de computadora aumentó del año 2000 a 2010 más de tres veces, al contemplar el porcentaje de viviendas particulares habitadas con computadora, pasando del 9.4% en el año 2000 al 29.4% en el 2010.

Se ha encontrado que la tenencia de bienes TIC en el hogar está directamente relacionado con el ingreso del jefe del hogar y el nivel educativo del mismo (OCDE, 2001; OSILAC, 2007); en México, Rodríguez (2005), señala que esta aseveración es correcta y que existe una relación positiva entre tenencia de computadora e internet y jefe de familia mayor de cuarenta años de edad con estudios universitarios e ingresos de entre ocho a doce salarios mínimos.

³⁶Encuesta Nacional de Empleo Urbano.

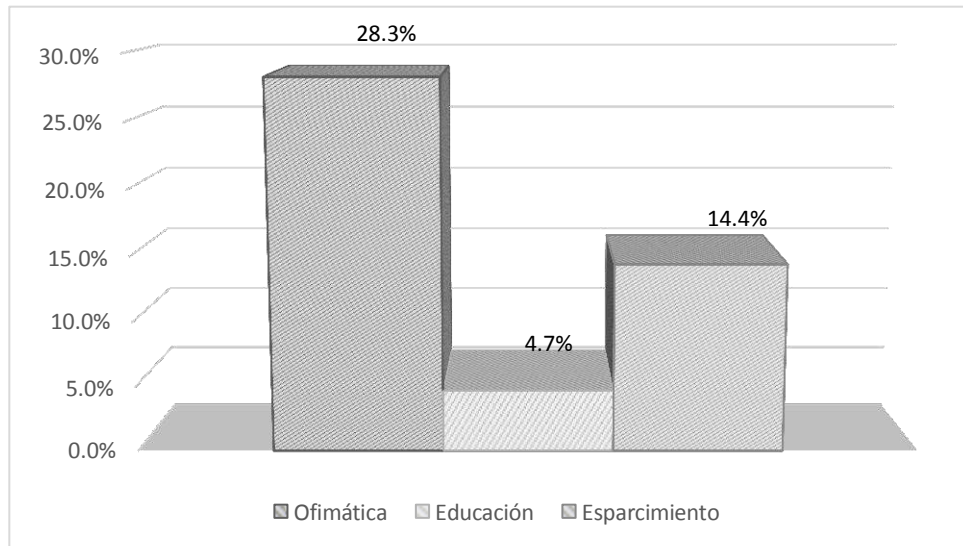
3.2. Estimación y resultados

A continuación se presenta un análisis del uso de computadora (PC) en México para el año 2012, haciendo uso de las encuestas ENOE y ENDUTIH, de acuerdo a las preguntas de esta última encuesta, se pretende observar en cuanto a la herramienta TIC por excelencia: la computadora, cuáles son sus principales usos, la frecuencia en la utilización, el uso de esta herramienta por ocupación, la asociación existente entre el uso de computadora tanto con salario como con escolaridad, así como la proporción de la población con y sin computadora.

De acuerdo al principal uso de la PC según la ENDUTIH, se estableció la siguiente clasificación: ofimática, educación, y esparcimiento. Dentro de ofimática se encuentran las siguientes aplicaciones: manejadores de bases de datos, lenguajes de programación, hojas de cálculo, programas de administración, y editores de imagen/graficadores. En el rubro educación se consideraron los programas para apoyar la enseñanza/aprendizaje, y finalmente, para la clasificación de esparcimiento se tomaron en cuenta a los programas de juegos y programas de comunicación.

En base a esto se obtuvo que el 42.2% de la población tiene al menos una computadora en condiciones de uso, mientras que el 57.8% carece de esta herramienta, cifra que de entrada nos aproxima a la existencia de brecha digital en nuestro país. En la gráfica 1 se muestra que el 24.7% de aquellos quienes poseen equipo de cómputo lo ocupan para actividades relacionadas con ofimática, mientras que el uso de PC para aplicaciones educativas representa el 4%, y asciende al 13.5% en el caso de esparcimiento.

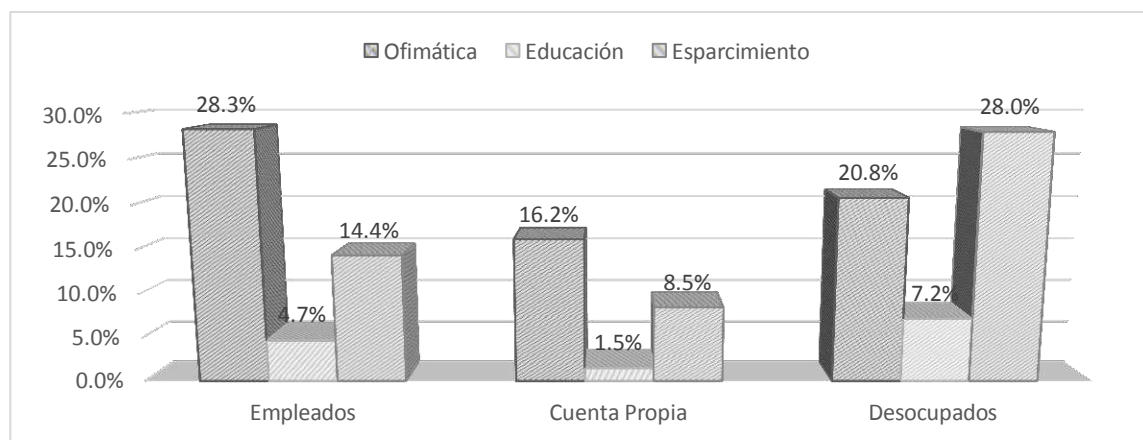
Gráfica 1.-Principal uso de PC.



Fuente: Estimaciones propias con datos de ENDUTIH (2012).

Asimismo se indagó por el principal uso de la computadora por ocupación, para esto se han definido tres categorías: empleados (tiene un jefe o superior), cuenta propia, y desocupado. En la Gráfica 2, se muestra que para el caso de empleados, el 47% de estos posee computadora, siendo utilizada por el 28.3% para aplicaciones ofimáticas, 4.7% en actividades relacionadas con la educación, y el 14.4% para el esparcimiento, el restante 53% de los empleados no cuenta con equipo de cómputo. La gran mayoría de quienes trabajan por cuenta propia no disponen de PC, 73.81% de estos, mientras que el 26.18% que si cuenta con este dispositivo informático lo emplea en ofimática 16.2%, educación 1.5%, y 8.5% en esparcimiento. En el caso de los desocupados, el 44% de estos no poseen PC, el 56% restante si, de estos los porcentajes en el uso son 20.8, 7.2 y 28, para ofimática, educación, y esparcimiento respectivamente.

Gráfica 2.-Principal uso de PC por ocupación.



Fuente: Estimaciones propias con datos de ENDUTIH (2012) y ENOE (2012).

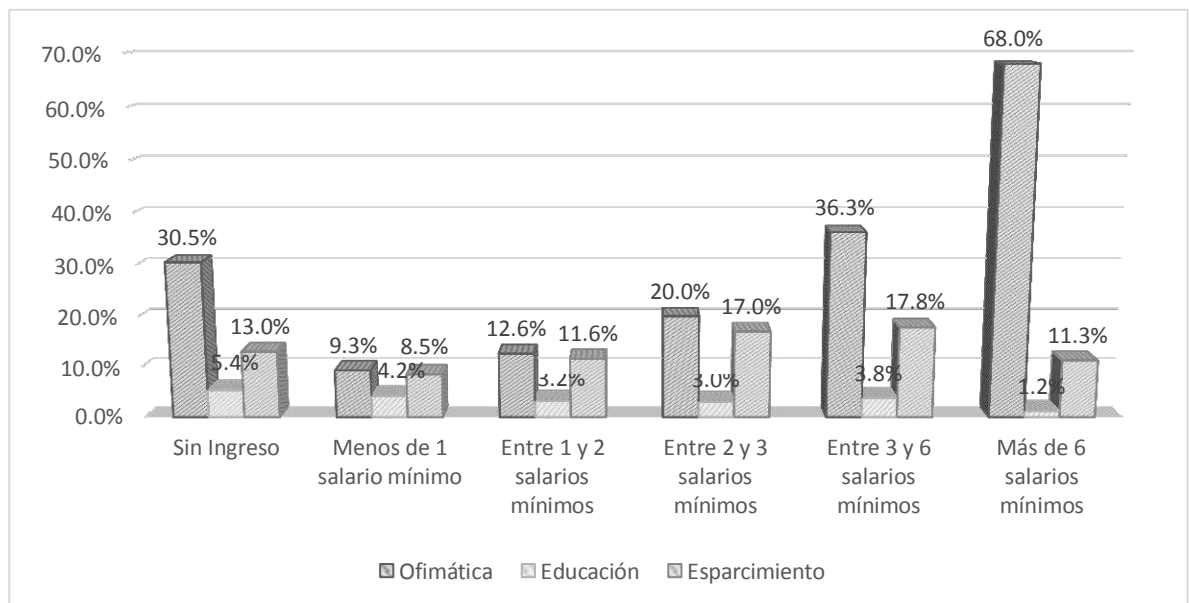
Posteriormente, se clasificó por nivel de ingreso el principal uso de computadora en función del salario mínimo³⁷. A partir de esto es posible observar que de aquellos individuos sin ingreso el 49% posee PC, mientras que el 51% no.

Para quienes perciben menos de un salario mínimo el 22% tiene computadora y el 78% carece de esta; en el caso de aquellos que reciben entre uno y dos salarios mínimos las cifras son de 27.4 y 72.6 por ciento para tenencia y carencia de PC respectivamente. En el grupo de entre dos y tres salarios mínimos la tenencia de equipo de cómputo se incrementa al 40.5%, por su parte el 59.5% restante no posee computador. Para entre tres y seis salarios mínimos continúa la tendencia, incrementándose al 58% quienes si tienen computadora y disminuyendo a 42% quienes no poseen de estos equipos. Finalmente para el grupo de aquellos con un ingreso mayor a los seis salarios mínimos, el 80.5% si dispone de

³⁷ Calculado para la Zona A (\$62.33 al 1° de enero de 2012).

computadora, mientras que el 19.5% restante no posee esta herramienta. En todos estos grupos clasificados en función de su ingreso, se observa una asociación positiva entre el uso de computadora y el salario, de la misma manera se muestra que la actividad para la cual se emplea principalmente una computadora en todos los grupos de ingreso es ofimática, y que esta tendencia se incrementa conforme aumenta el salario.

Gráfica 3.-Principal uso de PC por salario mínimo.



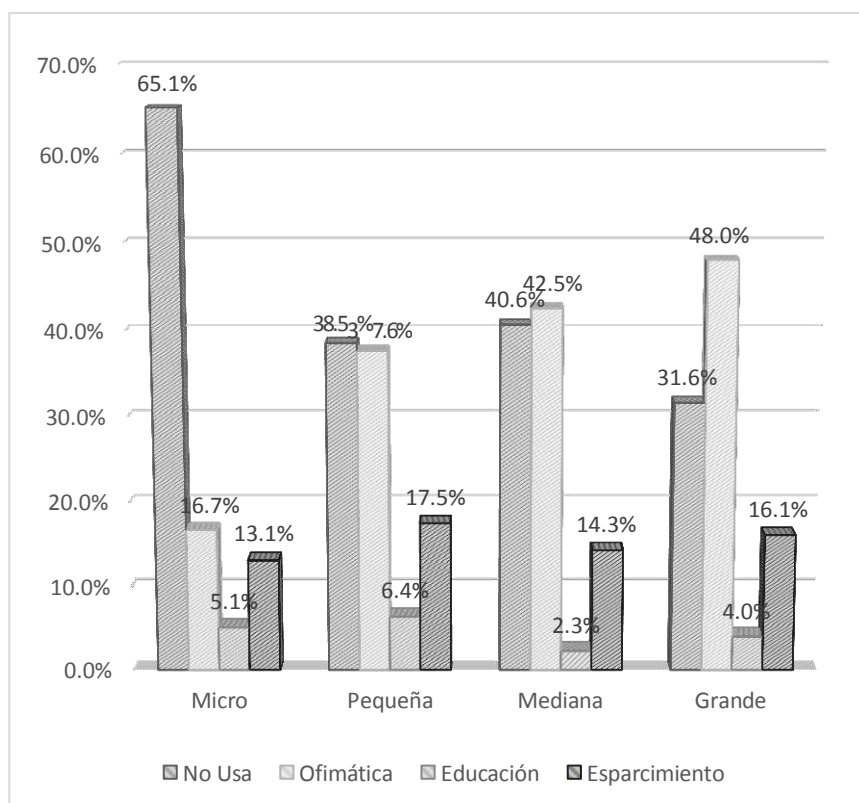
Fuente: Estimaciones propias con datos de ENDUTIH (2012) y ENOE (2012).

En cuanto a la intensidad de uso bajo la clasificación por salario mínimo, la ofimática es también la actividad predominante en el uso diario, pasando de un 58% para el caso de menos de un salario mínimo al 90.4% para el grupo de más de seis salarios mínimos.

La gráfica 4 muestra el principal uso de computadora por tamaño de empresa, esto es, el uso que se le da a un equipo de cómputo acorde al tamaño de la unidad productiva en la cual se desempeña el individuo encuestado. Las empresas de tamaño micro son las que

tienen el menor uso de PC, mientras que las de tamaño grande son las que más ocupan esta herramienta informática. Respecto a los usos, el correspondiente a ofimática es el que prevalece como principal en todos los tamaños de empresa.

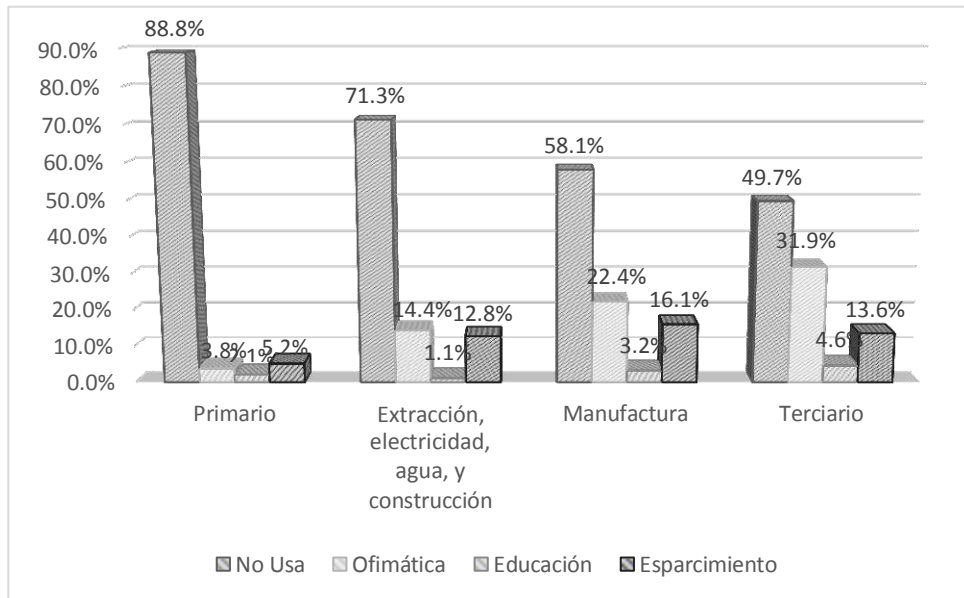
Gráfica 4.-Principal uso de PC por tamaño de empresa.



Fuente: Estimaciones propias con datos de ENDUTIH (2012) y ENOE (2012).

Respecto al principal uso de PC por sector de actividad económica, se encontró que, únicamente para el sector terciario el uso de computadora es predominante, ya que en los otros sectores impera el no uso de la mencionada tecnología. La gráfica 5 presenta estos valores, asimismo se observa la mayor cantidad de uso asociado a las aplicaciones ofimáticas en todos los sectores.

Gráfica 5.-Principal uso de PC por sector de actividad económica.



Fuente: Estimaciones propias con datos de ENDUTIH (2012) y ENOE (2012).

Posteriormente se estima el salario promedio mensual en función del uso de la computadora; el cuadro 1 concentra esta información, así para el caso de la ofimática el salario mensual promedio es de \$7, 805, para quienes tienen como principal uso actividades educativas el salario promedio es de \$4, 222 al mes, mientras que para el esparcimiento es de \$5, 161 el ingreso medio mensual, y para aquellos que no usan equipo de cómputo asciende a los \$3, 733 mensuales. Se plantea una prueba de hipótesis de igualdad de medias para contrastar los usos de ofimática y educación, ofimática y esparcimiento, y por último ofimática y no usa PC, bajo la hipótesis nula de que las medias del ingreso son iguales entre grupos con distintos usos de PC, tras el test se obtiene que en todos los casos se rechaza la hipótesis nula. Por tanto, el salario promedio mensual para quienes tienen como principal uso la ofimática es mayor comparado con otros usos para los cuales el salario es menor.

Cuadro 1.-Salario promedio mensual por uso.

Principal Uso	Salario
Ofimática	\$ 7, 805
Educación	\$ 4, 222
Esparcimiento	\$ 5, 161
No Usa	\$ 3, 733

Fuente: Estimaciones propias con datos de ENDUTIH (2012) y ENOE (2012).

Después, se presenta la asociación entre el uso de computadora, escolaridad y salario. Se encuentra que conforme aumenta la escolaridad se incrementa el uso de PC, en ese mismo sentido aumenta el uso de la ofimática.

En el cuadro 2 se muestra que el 91.8% de los individuos con nivel primaria no usan computadora, la cifra disminuye al 65.5% para el nivel secundaria, para preparatoria y técnica las cifras son muy similares con 36.3% y 36.7% respectivamente, mientras que para nivel normal el porcentaje de individuos que no usan PC es de 14.5, y a nivel profesional es de tan solo el 7.9%. A nivel posgrado no existen individuos que no usen equipo de cómputo, siendo entonces el valor de cero en este rubro para maestría y doctorado. En el cuadro 2 también se observa que el nivel normal tiene el mayor porcentaje en el uso de actividades relacionadas con la educación, y que los valores para esparcimiento son bajos en los extremos de la tabla. El uso de aplicaciones ofimáticas se incrementa conforme aumenta el nivel de instrucción, dichas aplicaciones representan el uso preponderante en la mayoría de los grados académicos.

*Cuadro 2.-Uso de PC por nivel de instrucción**

Nivel Educativo	No Usa	Ofimática	Educación	Esparcimiento
Primaria	91.8	2.6	1.5	4
Secundaria	65.5	14.1	4.1	16.2
Preparatoria	36.3	33.6	5.6	24.3
Normal	14.5	53.4	16.5	15.6
Técnica	36.7	39.6	2.5	20.9
Profesional	7.9	68.5	7.2	16
Maestría	0	91.7	3.3	5
Doctorado	0	92.6	4.9	2.4

Fuente: Estimaciones propias con datos de ENDUTIH (2012) y ENOE (2012).

* Los datos están en por ciento.

Por último, se analiza el salario por uso de PC por nivel de instrucción, es decir, se homogeniza la escolaridad de los individuos y se identifican su respectivos salarios en función del uso predominante que le dan a la computadora.

En el cuadro 3, se muestra que los salarios promedio se incrementan con el nivel de instrucción para cada tipo de uso, es decir, que los individuos con mayor escolaridad perciben una mayor remuneración salarial, y que esta también se ve afectada por el tipo de uso predominante, lo cual sugiere por un lado un efecto diploma junto con el premio a la

habilidad por el manejo de PC. En todos los niveles de instrucción ofimática es el tipo de uso mayormente recompensado.

Cuadro 3.-Salario por principal uso de PC por nivel de instrucción.

Salario por Nivel de Instrucción			
Principal Uso	Primaria	Secundaria	Preparatoria
Ofimática	\$ 4, 706	\$ 4, 822	\$ 5, 625
Educación	\$ 2, 711	\$ 3, 193	\$ 3, 743
Esparcimiento	\$ 4, 015	\$ 4, 625	\$ 4, 963
No Usa	\$ 3, 392	\$ 4, 004	\$ 4, 509

Fuente: Estimaciones propias con datos de ENDUTIH (2012) y ENOE (2012).

Dado que el uso de la PC nos aproxima a encontrar la habilidad informática de los individuos y puesto que el mercado laboral valora estas habilidades, el ejercicio anterior constituye un acercamiento a la situación actual de estos elementos para México.

Estos resultados nos permiten aproximarnos a la existencia de evidencia a favor de la HCTS (en el estricto sentido de una mayor remuneración salarial para los trabajadores calificados) en México para el periodo de estudio medido a través del uso de computadora.

Si bien es cierto que aunque no todo diferencial salarial puede ser explicado por el cambio técnico la HCTS sigue presentándose como una explicación válida de la disparidad salarial en el contexto mexicano (Huesca y Rodríguez, 2008).

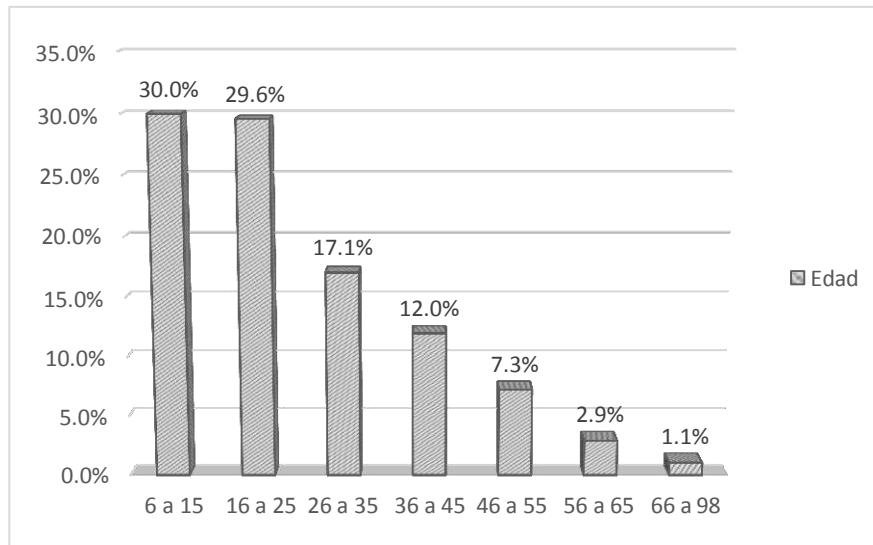
4.- Características de los usuarios de computadoras e internet en México.

Anteriormente se ha expuesto que el cambio técnico sesgado produce una mayor valorización de trabajadores mayormente calificados en detrimento de los menos habilitados, en términos salariales y de demanda; dado lo cual, es pertinente realizar un acercamiento a las características de los usuarios de PC e internet en México, como una aproximación del mercado laboral nacional en términos de habilidades informáticas por el lado de la oferta.

A continuación se presentan algunas de las principales características de los usuarios de computadoras e internet en México para el año 2013 con base a la ENDUTIH, el objetivo de esta sección es presentar un panorama actualizado de los rasgos distintivos de quienes utilizan las dos herramientas informáticas por excelencia, para de esta forma ampliar el panorama nacional respecto a las habilidades TIC de los habitantes y sus efectos en el mercado laboral.

Para el año 2012 se tenían más de cuarenta y cuatro millones de usuarios de equipo de cómputo en el país, cifra correspondiente al 43.4 por ciento de la población, de estos el 49 por ciento son mujeres y el restante 51 son hombres. Las edades de los usuarios de equipo de cómputo en México son predominantemente jóvenes, la gráfica 6, muestra que casi el 60 por ciento de estos se encuentran entre los 6 y 25 años, conforme avanza la edad de los individuos el uso de PC disminuye.

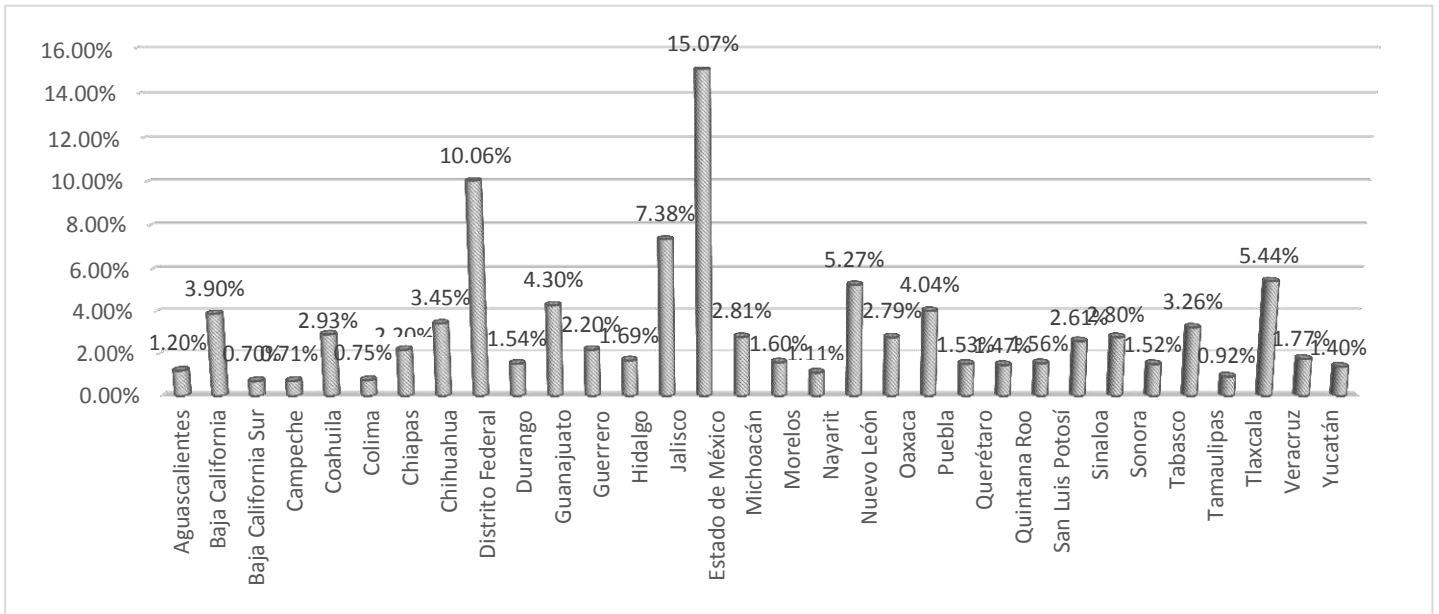
Gráfica 6.- Usuarios de computadora en México por edad (%).



Fuente: Estimaciones propias con datos de ENDUTIH (2012).

Los mencionados usuarios se distribuyen de forma desigual en el país, la gráfica 7, presenta el porcentaje de usuarios de computadora por Estado, en la cual se observa que la entidad federativa con el mayor porcentaje de usuarios de este bien TIC es el Estado de México, mientras que el menor en este mismo rubro es Campeche, con un valor porcentual prácticamente idéntico al de Baja California Sur.

Gráfica 7.- Usuarios de computadora en México por entidad (%).



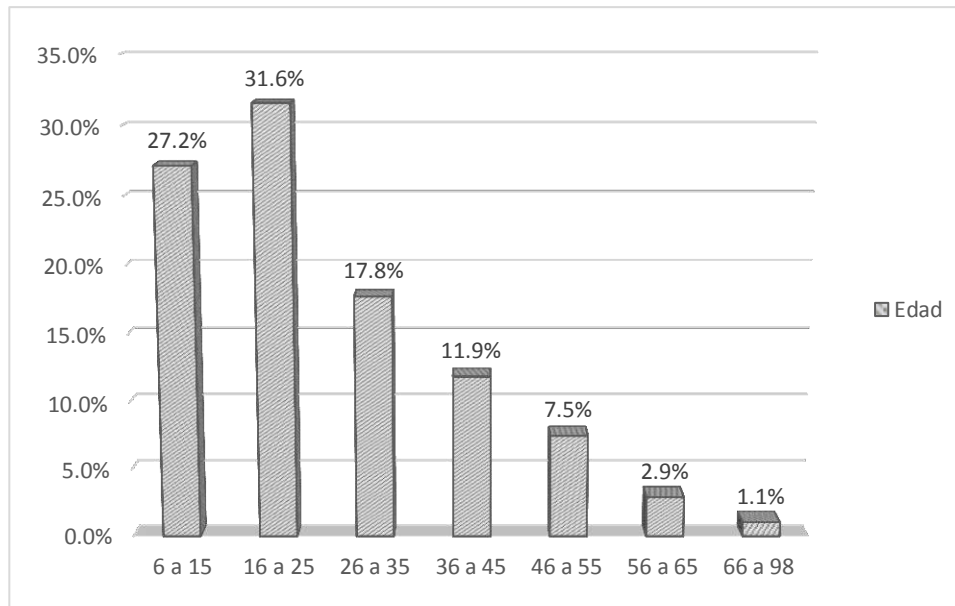
Fuente: Estimaciones propias con datos de ENDUTIH (2013).

El 57.3 por ciento de quienes no usan una computadora señalan como razón principal de no acceder a esta herramienta la falta de recursos económicos, el 14.9 por ciento no usa computadora porque mencionan no saben usarla, el 20.2 por ciento dice no usar PC porque no la necesitan, y al 6.8 de estos no les interesa o desconocen su utilidad.

En cuanto a internet, solo el 43.4 por ciento de la población es usuaria de este servicio, más de la mitad de la población no ha accedido a internet³⁸, el 51 por ciento del total de internautas son varones, mientras que el 49 son mujeres. Internet es una red utilizada en su mayoría por jóvenes, tal y como se muestra en la gráfica 8, más del 58 por ciento de los usuarios se concentran en el rango de los 6 a los 15 años de edad.

³⁸ Cabe señalar que la encuesta captura a quienes han accedido a internet durante los últimos doce meses con base a la fecha de levantamiento.

Gráfica 8.- Usuarios de internet en México por edad (%).



Fuente: Estimaciones propias con datos de ENDUTIH (2013).

Los usuarios de internet en México por entidad federativa, coinciden con los datos respectivos a computadora, siendo el Estado de México donde se localizan la mayor cantidad de usuarios de esta red, mientras que Campeche cuenta con el menor porcentaje de internautas.

El 55 por ciento de quienes no son usuarios de internet mencionan que la principal razón por la cual no acceden a la red es por falta de recursos económicos, el 13 por ciento no usa internet porque indican no sabe usarlo, un 23 por ciento manifiestan no necesitarlo, y a un mínimo 7 por ciento no les interesa o desconocen su utilidad

Si bien existe diferencia entre el uso y tenencia de TIC, suponemos que el uso implica una cierta habilidad y conocimiento informático que permite dar lectura al estado actual de la penetración de estas tecnologías en la sociedad mexicana, los datos presentaron que casi uno de cada dos habitantes usa una PC e internet, y que estas tecnologías están más

arraigadas a los jóvenes, la distribución heterogénea de usuarios de computadoras e internet en el país presenta valores mínimos y máximos para las mismas entidades en ambos rubros.

6.- Conclusiones

Las implicaciones del cambio técnico en el mercado laboral como consecuencia de la incorporación de tecnología en los procesos productivos por parte de las firmas con el afán de incrementar su productividad y eficiencia, son captadas por la HCTS, la cual implica un aumento en la demanda por trabajadores calificados en detrimento del trabajo no calificado, así como una mayor remuneración en función de la calificación de este par de grupos de trabajadores, favoreciendo a los mayormente calificados, lo cual representa un determinante de desigualdad salarial.

Si bien existen dificultades en la medición del cambio técnico, estas no han inhibido la investigación al respecto, al contrario, se han buscado opciones para capturar el efecto de la HCTS en el mercado laboral, en este sentido, se revisó la evidencia empírica para México y se propuso un ejercicio para aproximarse a la estimación del cambio técnico en el mercado de trabajo nacional, basándose en la ENOE y ENDUTIH para el año 2012, utilizando como caracterización tecnológica a la computadora y como rendimiento a la habilidad el salario correspondiente; los resultados mostraron evidencia en favor de la HCTS, a través de un premio a la mayor calificación del trabajo calificado respecto al no calificado.

Igualmente, se exploraron las características de los usuarios de computadora e internet en el país para el año 2012, con el objetivo de obtener un amplio panorama por el lado de la oferta del mercado laboral, las cifras exhiben el incremento en la demanda de

capital humano con habilidades TIC por parte de las empresas y el aún deficiente nivel de estas habilidades por parte de la población.

Bibliografía

Acemoglu, D. (2002), —Directed Technical Change‖. *The Review of Economic Studies*, vol. 69. No. 4, pp. 781-809.

Autor, D., L. Katz, y A. Kruger (1998), —Computing Inequality: Have Computers Changed the Labor Market?, *The Quarterly Journal of Economics*, 113, pp. 1169-1213.

Autor, D., F. Levy, y R. Murnane (2003), —The Skill Content of Recent Technological Change: An Empirical Exploration‖, *The Quarterly Journal of Economics*, vol.118, pp. 1279-1333.

Berman, Eli, J. Bound, y Z. Griliches (1994), —Changes in the Demand for Skilled Labor within U.S. Manufacturing Industries: Evidence from the Annual Survey of Manufacturers‖, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 109, pp. 367-397.

Card, D. y J. DiNardo (2002), —Skillbiased Technological Change and Rising Wage Inequality: Some Problems and Puzzles‖, *Journal of Labor Economic*, vol. 20, núm. 4, pp. 733-783.

Caselli, M. (2010), —Trade, skill-biased technical change and wages in Mexican manufacturing‖ CSAE WPS/2010-28. Department of Economics, University of Oxford, UK.

CEPAL (2010) —Las TIC para el crecimiento y la igualdad: renovando las estrategias de la sociedad de la información. Tercera Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe, Lima, noviembre de 2010.

Dunne, T., L. Foster, J. Haltiwanger, y K. Troske, (2004), —Wage and productivity dispersion in us manufacturing: The role of computer investment. Journal of Labor Economics, Vol. 22, No. 2 (Apr., 2004), pp. 397-429.

Esquivel, G., y J. Rodríguez (2003), —Technology, Trade, and Wage Inequality in Mexico before and after NAFTA. Journal of Development Economics, 72, 543-565.

Huesca, Luis, y Rodríguez, Reyna (2008) —Salarios y calificación laboral en México. Problemas del Desarrollo, Revista Latinoamericana de Economía, Vol. 39, núm. 154.

Huesca, L., D. Castro, R. Rodríguez (2010), —Cambio tecnológico y sus efectos en el mercado de trabajo: una revisión analítica. Economía, Sociedad y Territorio, vol. X, núm. 34, 2010, 749-779.

Lang, Kevin (2002), —Of pencils and computers. Boston University.

López-Acevedo, G. (2005), —México: Evolution of Earnings Inequality and Rates of Returns to Education (1988-2002). Estudios Económicos, vol. 19, núm. 2, julio-diciembre, 2004, pp. 211-284, El Colegio de México.

McMichael, P. (2004) —Development and social change. Pine Forge Press, third edition, United States of America.

Meza, L. (2001), —El efecto de la apertura comercial en el mercado laboral mexicano. Escuela de Economía y Negocios. Universidad Anáhuac.

OCDE (2001), —Understanding the digital divide, París.

OCDE/CEPAL (2011), —Perspectivas Económicas de América Latina 2012: Transformación del Estado para el Desarrollo, OECD Publishing.

OSILAC (2007) -Observatorio para la Sociedad de la Información en Latinoamérica y el Caribe- —Patrones de penetración de los bienes y servicios TIC en los hogares de América Latina y el Caribe. Análisis basado en datos de los Censos Nacionales de Población y Vivienda de la ronda del 2000. CEPAL-Naciones Unidas, diciembre de 2007.

Rodríguez, A. (2005) —Tecnologías de la Información y brecha Digital en México 2001-2005. Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas- UNAM.

Rodríguez, R. y D. Castro, (2012), —Efectos del cambio tecnológico en los mercados de trabajo regionales en México, Estudios Fronterizos, nueva época, vol. 13, núm. 26.

Vigilancia Tecnológica (VT) como estrategia para la detección de ecoinnovaciones en los establecimientos de hospedaje

Mtra. Judith Alejandra Velázquez Castro,
Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX), México

Dra. Elva Esther Vargas Martínez,
Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX), México.

RESUMEN

El cambio en los patrones de consumo a nivel mundial –de clientes pasivos a clientes cada vez más exigentes y participativos-, ha originado que las empresas se vean obligadas a cambiar sus prácticas y estrategias empresariales. Por lo que la competencia entre ellas, se vuelve cada vez más abrupta, y de su capacidad de adaptación y cambio dependerá su permanencia en un entorno en constante cambio, como ocurre con el sector turístico.

Cabe señalar, que cualquiera empresa debe poseer una estrategia competitiva –se encuentre explícita o implícitamente desarrollada-, que le permita adaptarse a los cambios en los gustos y preferencias de los clientes, para satisfacer en la medida de lo posible, sus necesidades, respondiendo oportunamente a ellas. Es por esto, que la Vigilancia Tecnológica (VT) es una herramienta que permitirá a la empresa alcanzar tal cometido.

La VT es un tema relativamente nuevo y poco desarrollado en el sector servicios, y en el caso del turismo escasamente comienza a documentarse. La VT permite a los gerentes o administradores de los establecimientos de hospedaje tener en cuenta y responder anticipadamente a los cambios en su entorno competitivo, mediante la captación, análisis y difusión de información –competitiva, comercial, tecnológica o política- con el fin de identificar oportunidades y amenazas provenientes del entorno, y que puedan incidir en el

futuro de la organización. Por lo cual, el presente trabajo pretende analizar la importancia y uso de esta herramienta por parte de los gerentes o administrados de los establecimientos de hospedaje, en la detección de oportunidades de ecoinnovación; contribuyendo a consolidar las bases para la implementación de herramientas de Gestión Tecnológica e innovación (GTi), en las empresas turísticas, como lo es la VT.

Palabras claves: vigilancia tecnológica, ecoinnovación, establecimientos de hospedaje.

INTRODUCCIÓN

La práctica de la Vigilancia Tecnológica (VT) es común en el sector industrial, pero hay poca evidencia para sugerir que en el sector servicios se esté adoptando la VT en la misma medida (Fleisher, Wright y Tindale, 2009).

Las actividades de VT en las empresas industriales, se encuentran apropiadamente establecidas, y se puede apreciar que se obtienen beneficios derivados por su aplicación. Sin embargo, la industria es el sector que más importancia le ha dado al uso de herramientas de Gestión Tecnológica e innovación (GTi); y el sector servicios se ha limitado al uso de otras herramientas gestión empresarial convencionales, tales como el *Enterprise Resource Planning (ERP)*, el *Total Quality Management (TQM)* o el *Customer relationship management (CRM)*, entre un sinnúmero de ellas.

En el caso del Turismo, en los últimos años, las condiciones para que las empresas sobrevivan y generen una ventaja competitiva ha cambiado, esto, debido a consumidores con gustos y preferencias cada vez más exigentes y a una competencia más creativa y dinámica. El entorno empresarial del turismo, obliga a estas empresas a cambiar y adaptarse a ese entorno en constante transformación, delineando estrategias flexibles y

nuevas herramientas que aseguren la calidad de cada uno de sus procesos, así como la permanencia de las empresas en el mercado y la satisfacción de los clientes.

En ese contexto, la VT se ha convertido en una herramienta importante que puede ser utilizada por los tomadores de decisiones y/o formuladores de estrategias de los establecimientos de hospedaje, para contrarrestar todas esas amenazas y debilidades a las que está expuesta cualquier empresa, y con base en ello, formular estrategias de manera oportuna, derivadas del análisis de información que arroja la VT.

La VT abarca varias etapas, que incluyen recopilar, analizar y comunicar información, para detectar las oportunidades y amenazas del entorno; y puede ayudar a los establecimientos de hospedaje para identificar las ecotecnologías o ecoinnovaciones susceptibles a ser implementadas por ellos.

Por lo anterior, el presente trabajo centra su atención en la importancia del uso de la VT en los establecimientos de hospedaje, por su capacidad de percibir el potencial positivo en una situación dada, y para actuar a fin de transformar esa información en resultados. Formulando las acciones necesarias para que los resultados deseados puedan desarrollarse a partir de los aspectos generadores por la VT.

MARCO DE REFERENCIA

Por Vigilancia Tecnológica se entiende al —esfuerzo sistemático y organizado de observación, captación, análisis, difusión precisa y recuperación de información sobre los hechos del entorno económico, tecnológico, social o comercial relevantes para la empresa, y que puedan implicar una oportunidad o amenaza para ella (Martínez y Maynegra, 2010).

Barroso y Martínez (2007:5) la definen como —la búsqueda, detección, análisis y comunicación (a los directivos de la empresa) de informaciones orientadas a la toma de

decisiones sobre amenazas y oportunidades externas en el ámbito de la ciencia y la tecnología.

Es así que la VT contribuye a que la empresa esté informada de lo que está ocurriendo en su entorno; que puede convertirse en una oportunidad para que la empresa fortalezca su ventaja competitiva, o bien, representar una posibilidad para disminuir sus costos, aumentar la cuota de su mercado o incluso desarrollar nuevos servicios.

De acuerdo con su definición, la VT tiene que vislumbrar las amenazas que ponen en riesgo la estabilidad de la empresa. Siendo una amenaza —toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia, o bien reducir su efectividad, o incrementar los riesgos de la misma, o los recursos que se requieren para su implantación, o bien reducir los ingresos esperados o su rentabilidad (Ministerio de Fomento, 2005:1). No obstante, la VT, no se va a limitar a detectar sólo amenazas, también puede identificar las fortalezas que diferencian a la empresa del resto de sus competidores.

Los establecimientos de hospedaje antes de llevar a cabo cualquier actividad, tienen que preocuparse por conocer qué es lo que ocurre en su entorno, en relación con sus competidores, proveedores y con sus clientes, con el fin de analizar en qué medida pueden verse afectados o beneficiados por las acciones de esos actores. Asimismo, para mantener su competitividad, las empresas deben tener la capacidad de distinguir las señales de su entorno que podrían ocasionar cambios significativos dentro de su organización, así como identificar cuáles son las actividades de los distintos actores involucrados —dentro y fuera del sector- que llevan a dicho cambio. El objetivo es poder reaccionar oportunamente y en el momento indicado, para decidir la estrategia más conveniente para la empresa.

Otro factor importante para la competitividad en los establecimientos de hospedaje, es la innovación, y a pesar de ello, son pocas las empresas que desarrollan capacidades para

identificar, crear o explorar oportunidades para innovar, y en el caso de esta investigación, para ecoinnovar. Por lo tanto, la VT es una herramienta de gestión que permitirá a la empresa detectar amenazas y reducir el riesgo en sus decisiones.

OBJETIVO

Analizar la importancia de la Vigilancia Tecnológica (VT) en los establecimientos de hospedaje, como estrategia empresarial para la detección de ecoinnovaciones.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El sector turístico es considerado como uno de los sectores más dinámicos de la economía a nivel mundial. Este sector depende en gran medida del desarrollo tecnológico llevado a cabo en por otros sectores. Esto se debe, en parte, a que en el turismo no se hace I+D, puesto que es un sector dedicado a satisfacer las necesidades del turista a través de un servicio, sin embargo los beneficios pueden ser altos.

La utilización de la VT en turismo puede potenciar, aún más, los beneficios económicos durante períodos prolongados, especialmente si se lleva de una manera adecuada. Como resultado de la inmensa presión ejercida sobre los establecimientos de hospedaje para mantener su posición en un mercado dinámico y fragmentado, sería un requisito elemental para ellos estar al pendiente de sus competidores, clientes, proveedores o del marco regulatorio, en todos los sentidos. La cuestión que se este estudio trata de responder ¿qué beneficios pueden obtener los establecimientos de hospedaje en México, sí utilizan la VT, ensu proceso de toma de decisiones?

En México, son escasos los trabajos que versan sobre VT, sobre todo en la industria turística, en la que no se ha logrado identificar ningún caso.

Al ser el sector turístico la tercera fuente generadora de divisas para México, se hace preciso generar estrategias *ad hoc* que permitan a este sector seguir generando ventajas competitivas y permanecer como uno de los sectores prioritarios para el país. El turismo, perteneciente al sector terciario, requiere de una atención especial ya que no es lo mismo generar estrategias de Gestión Tecnológica e innovación (GTi) para un sector en el que se llevan a cabo actividades de I+D+i, como puede ser en las ramas farmacéutica o automovilística, que en empresas que ofrecen un servicio –intangible- y que sólo se dedican a adoptar tecnologías generadas por otras industrias como la del software o la construcción, como es el caso de los establecimientos de hospedaje.

Las actividades de innovación en turismo, se caracterizan básicamente por implementar tecnologías o por llevar a cabo innovaciones organizacionales, de procesos o de marketing. No obstante, esto no es un impedimento para que las empresas puedan integrar a sus prácticas empresariales, herramientas de GTi, como la VT, ya que ésta les permitirá fortalecer sus ventajas competitivas.

En ese tenor, los establecimientos de hospedaje necesitan desarrollar capacidades que les permitan responder y adaptarse a los retos y problemas tanto en los procesos de prestación de los servicios, así como en la comercialización de los mismos, anticipándose a los impactos –positivos o negativos- de las innovaciones externas, de las gustos de sus clientes, de su competencia, de los cambios en proveedores, o incluso, cambios en su marco político-regulatorio; ya sean éstos, presentes y/o futuros.

Por ello, la necesidad imperiosa de aplicar la VT, como una estrategia que permita fortalecer el proceso de gestión de la información dentro de los establecimientos de hospedaje, para que se diseñe el destino estratégico de la organización, basado en la gestión de la tecnología, la innovación y el conocimiento.

El desarrollo y adopción de la VT, por parte de los establecimientos de hospedaje, permitirá incrementar la calidad del servicio, así como la competitividad y rendimiento de la empresa, bajo un enfoque de generación de servicios con alto valor agregado.

VIGILANCIA TECNOLÓGICA EN TURISMO

La VT se desarrolla a partir de los determinantes de la competitividad, y se recomienda que la empresa organice su vigilancia en cuatro ejes (Fundación CETENESA, 2004; García y Ortol, 2012):

- **La vigilancia competitiva:** que se ocupa de la información sobre los competidores actuales y potenciales. Esto, para conocer el tipo de empresas que componen el sector, su estructura organizacional, la forma en que toman decisiones, las barreras de entrada y de salida y por supuesto, el nivel de competencia que se da en el sector.
- **La vigilancia comercial:** que estudia los datos referentes a clientes y proveedores.
- **La vigilancia tecnológica:** que se ocupa de las tecnologías disponibles y de las que acaban de aparecer, capaces de ser utilizadas en nuevos productos y procesos.
- **La vigilancia del entorno:** que se ocupa de aquellos hechos exteriores que pueden condicionar el futuro, en áreas como las reglamentaciones y normas, la política, ambiente, etc. En este sentido, se reconoce que el papel del gobierno puede llegar a ser determinante en la competitividad empresarial a través del endurecimiento de la legislación, por ejemplo, en temas ambientales, o en su flexibilización y establecimiento de incentivos.

El turismo es un sector que está fuertemente vinculado al desarrollo y crecimiento económico de numerosos países. Conjuntamente, se encuentra sometido a una constante presión por ser innovador, esto, debido a que el servicio que se oferta tiene que

proporcionar emociones nuevas a los turistas, los cuales, buscan siempre experiencias únicas e inolvidables. Si las empresas turísticas no optan por innovar, ya sea en la forma en que prestan el servicio, en cambios en sus procesos e incluso en la modificación de su imagen; el servicio puede volverse rutinario y poco atractivo, y como consecuencia los turistas podrían dejar de frecuentar ciertos lugares.

El México, este sector es la tercera fuente generadora de divisas, y para algunas entidades federativas es su primera fuente de ingresos. Por lo que es importante, adoptar o diseñar estrategias que le permitan a las empresas turísticas, permanecer en el mercado. De aquí, que la VT puede ser una herramienta eficaz para la toma de decisiones en estas organizaciones.

De acuerdo con el enfoque de VT, el futuro de la empresa será el resultado de las decisiones que se tomen en el presente y de las estrategias que se utilicen para alcanzarlo. El análisis prospectivo de la VT, parte de la revisión del estado del arte, es decir, de un diagnóstico de la situación o contexto actual, en el que se estudia el comportamiento de: clientes, proveedores, competidores, tecnologías disponibles – que pueden ser utilizadas en nuevos productos o procesos- y reglamentos o políticas.

Las tendencias mundiales en el área turística, se limitan a un análisis de benchmarking –ya sea a nivel empresarial o de destinos similares- o a la revisión de las potencialidades turísticas de un destino en particular o a la implementación de estrategias de Gestión de Calidad. A diferencia de ello, el presente trabajo ofrece un nuevo insumo para los expertos que proyectarán el escenario futuro de las empresas de turismo.

En la construcción de ese futuro, el análisis de prospectiva procura identificar a los actores que intervienen en la materialización de ese futuro, los beneficios esperados y las estrategias a las que podrían recurrir para apoyar u enfrentar el escenario deseado.

Conocidas los posibles escenarios, las estrategias deben centrarse en prever cómo enfrentarlos, reforzarlos o neutralizarlos, según sea el caso.

Finalmente, es importante mencionar, que toda empresa que se desempeña en un mercado de la economía, tiene que hacer frente a la cuestión de la competitividad. Por lo que esta investigación puede aminorar algunas preocupaciones o ideas falsas que la gente pueda tener sobre VT y aportar a la escasa literatura –de VT y turismo-.

METODOLOGÍA

La metodología de VT que se propone para los establecimientos de hospedaje, se divide en las siguientes etapas:

ETAPAS	HERRAMIENTAS
1. Diagnóstico.	
a. Caracterización de la entidad.	Análisis documental (Cartera de productos y servicios, Plan de Negocios, Plan de Ciencia y Técnica, Calidad, Medio Ambiente y otros; Estructura Organizativa y de Recursos Humanos; Planeación Estratégica y Objetivos), la observación directa, encuestas, entrevistas, entre otras.
b. Auditoría a los aspectos fundamentales de la vigilancia.	Mediante encuesta propuesta por Palop y Vicente, que trata los aspectos fundamentales de la vigilancia, adaptada a nuestras condiciones específicas.
2. Planeación.	
a. Determinación de los objetivos.	<u>Primer paso:</u> identificar la estrategia que adopta la empresa para lograr su misión y su meta (visión), mediante trabajo grupal con expertos de la organización.

	<p><u>Segundo paso:</u> determinar el tipo de vigilancia que se realizará, con el empleo de una matriz de impacto cruzado.</p> <p><u>Tercer paso:</u> definir los objetivos del Sistema de Vigilancia Tecnológica, mediante el trabajo con los expertos con el empleo de la técnica de tormenta de ideas.</p>
<p>b. Selección del personal involucrado.</p>	<p>Mediante el establecimiento de tres redes de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Red de Observadores. • Red de Analistas. • Red de Decidores.
<p>c. Levantamiento de las necesidades de información generales.</p>	<p><u>Primer paso:</u> realización del inventario de recursos tecnológicos, a través del trabajo grupal. Se emplean herramientas como el contenido tecnológico de las etapas de la Cadena del Valor o el diagrama causa efecto.</p> <p><u>Segundo paso:</u> levantamiento de las necesidades de información externa a la organización, mediante trabajo grupal con expertos.</p> <p><u>Tercer paso:</u> jerarquización de las necesidades de información externa a la organización, mediante la técnica de filtraje de problemas (implica el uso de filtros mediante los cuales se evalúa cada producto o servicio. Los filtros a emplear se definieron por el grupo de expertos, al igual que el peso relativo que cada uno de ellos tiene en la evaluación igual</p>

	que el peso relativo que cada uno de ellos tiene en la evaluación).
3. Búsqueda de la información.	
a. Identificación de los recursos tecnológicos necesarios.	Mediante el levantamiento sobre los recursos que se requieren en cuanto a tecnologías de la Información y Telecomunicaciones.
b. Selección de las fuentes de información.	Depende en gran medida de la naturaleza de las necesidades de información detectadas.
c. Definición de la estrategia de búsqueda.	Mediante el empleo de operadores booleanos y códigos de la Clasificación Internacional de Patentes en los casos que procede.
4. Análisis de resultados.	
a. Extracción de los elementos claves de la información recopilada.	Mediante la subcontratación de especialistas de información externos a la organización.
b. Elaboración de informes de búsqueda, fichero de	Mediante la consulta a expertos externos a la organización.

expertos,entre otros.	
5. Difusión de la información.	Mediante el envío de boletines que circulan por la organización, con intervención activa del animador.
6. Evaluación del funcionamiento del sistema.	A través de encuestas empleadas en el Diagnóstico.

Fuente: León, González y Aranguiz (2007).

Tal y como lo muestra la tabla anterior, el primer paso, para llevar a cabo el proceso de VT, es la identificación de necesidades, fuentes y medios de acceso a la información, para determinar qué información se necesita y cuáles son las fuentes de información, recursos o tecnologías de información y comunicación con las que podrían contar o disponer los establecimientos de hospedaje.

El paso dos, se fundamenta en la determinación de los objetivos, la selección del personal involucrado y del levantamiento de las necesidades de información de la empresa.

El tercer paso, consiste en la búsqueda y análisis de la información, considerando su pertinencia, calidad y fiabilidad; haciendo uso de un sistema que permita disponer de esta información en el momento oportuno para difundirlo dentro de la organización.

El cuarto paso de este proceso, es constatar la información validada según los requerimientos o necesidades de los hoteles, así como los procesos de toma de decisiones que en ellos se den.

El quinto paso plantea la difusión de la información y de los logros alcanzados por los diferentes grupos de proyecto, esto, puede ser mediante el envío de boletines o comunicados que circulan en la misma organización. En ese proceso de difusión, será imperioso habilitar canales de comunicación y velar por la transparencia informativa sobre los proyectos y resultados alcanzados.

En el último paso, se evalúan los resultados obtenidos a través de encuestas empleadas en el Diagnóstico.

Es necesario concluir, señalando principalmente que la VT es la adquisición de conocimiento por parte de la organización, a través de la identificación de entornos y mercados de interés, seguido por la disminución en el riesgo de las decisiones y la posibilidad de obtener ideas para llevar a cabo actividades relacionadas con ecoinnovación. Así con la aplicación de la metodología descrita en este apartado, los establecimientos de hospedaje podrán alcanzar este objetivo.

RESULTADOS PRELIMINARES Y CONTRIBUCIONES

Los gerentes o administradores de los hoteles, pueden gastar alrededor de un tercio de su tiempo en el análisis de estrategias para mantenerse y generar una ventaja competitiva para la empresa. La realización de actividades de VT en un entorno donde la tecnología y los negocios están estrechamente vinculados, puede ser difícil, ya que los gerentes están más atentos en implementar o buscar estrategias de negocios —de modal, que en utilizar herramientas eficaces probadas en otros sectores, como la VT.

Como resultados preliminares, de este análisis de la VT, se tiene que esta herramienta provee de información a los establecimientos de hospedaje, para:

- Definir las estrategias de GTi;

- Establecer programas de ecoinnovación;
- Establecer acuerdos de cooperaciones con aliados claves –como proveedores, universidades u otros organismos- para la empresa;
- Facilitar la implantación de nuevas tecnologías;
- Detectar oportunidades de inversión; y
- Diseñar nuevas estrategias de marketing.

También cabe mencionar, que en la VT, la prospectiva tecnológica es un factor importante, ya que enlaza perfectamente el futuro de la industria turística con el impulsado de las actividades de ecoinnovación. Aunque como lo indica la literatura analizada, la VT aún no se reconoce su necesidad en las empresas de hospedaje, y hay poca información de cómo exactamente se utiliza esta herramienta en otros sectores, ya que la contribución de la VT a la toma de decisiones estrategia es evidente en la Industria.

La formulación de estrategias competitivas mediante un proceso de VT estructurado, que requiere una base de conocimientos del entorno interno y externo, junto con una comprensión del impacto potencial de las diferentes estrategias, es necesario para la identificación de ecoinnovaciones, en un marco dentro del cual se toman las decisiones, lo que refleja el futuro de una organización y la dirección que debe tomar.

Un factor importante en la formulación de la estrategia empresarial, tiene que reflejar la dinámica de cambio en el mercado. El desarrollo de estrategias puede, y debe, soportarse en gran medida de la situación actual del mercado. Sin tener en cuenta todos los detalles posibles que influyen tanto en dentro y fuera de la organización, las cuestiones importantes pueden ser pasadas por alto lo que podría causar el fracaso de una estrategia. Aunque existe una amplia literatura sobre la planificación estratégica y la formulación de estrategias,

todavía hay una falta de un marco adecuado, que puede servir de base para la integración de VT en la estrategia empresarial o en el proceso de toma de decisiones.

Por lo tanto, este estudio tuvo como objetivo identificar las generalidades de la VT, pero la contribución específica que se hace, es al proceso estratégico de toma de decisiones en los establecimientos de hospedaje.

CONCLUSIONES Y DISCUSIONES

Esta investigación es uno de los primeros intentos por estudiar la VT, específicamente en los establecimientos de hospedaje. En el plano académico, fomenta la comprensión de las diferencias de aplicación de la VT entre las empresas de diversos sectores. Cada sector económico posee sus propias características y funciones, por lo que las empresas deben utilizar modelos de negocio, estrategias o herramientas de acuerdo a sus necesidades y a su contexto, incluyendo cómo ven las empresas a sus competidores, proveedores o clientes, para interactuar de manera efectiva con ellos.

La investigación pone de manifiesto que la VT es una herramienta única y útil en la toma de decisiones, puesto que se analiza el contexto actual de la empresa, con el fin de diseñar estrategias para el futuro. Esta investigación ha sugerido algún factor fundamental que puede ser considerado por los gerentes o administradores de los establecimientos de hospedaje:

- Las organizaciones se beneficiarían de una conducta de VT claramente definida. Deben apuntar a generar una mentalidad entre todo el personal en relación con el manejo de la información y para fomentar la práctica de la VT en toda la organización, independientemente de su función de trabajo o nivel de responsabilidad, la VT debe ser trabajo de todos.

- Las empresas deben comunicar su actual estrategia y, como consecuencia, hacer visible la aceptación de la VT, que tiene y seguirá influyendo en las decisiones. Esto, para reforzar la necesidad de un esfuerzo continuo y los diferentes tipos de VT que pueden necesitarse en las diferentes áreas del hotel.
- Las capacidades de VT deben corresponder al tamaño y las necesidades de la organización con el fin de maximizar los esfuerzos. Todos los esfuerzos de VT deben planificarse adecuadamente y estar en línea con la estrategia global.

Asimismo, este trabajo también abre nuevas líneas de investigación, relacionados con la Inteligencia Competitiva, que también es un tema explorado por otras industrias y con gran potencial para el turismo. Los estudios futuros pueden ampliar la investigación de la VT a través de un caso práctico. Otra potencial área de investigación sería la relación entre la competitividad de la industria turística y la importancia de la VT.

Finalmente, se concluye que esta investigación, puede ayudar a las empresas en la comprensión de su propio entorno. Por ejemplo, incluso un pequeño hotel, con pocos recursos financieros puede desarrollar un enfoque de VT de bajo presupuesto, tal como la revisión de los competidores en Sitios Web o la participación en el sondeo cuestionamiento de competidores en eventos sociales. Debe considerarse, que el Internet no sólo puede ser una herramienta valiosa para la comercialización de los servicios, sino que también puede ser utilizado para la VT en la empresa.

FUENTES DE CONSULTA

Barroso, J. y Martínez, I. (2007). Vigilancia Tecnológica para la competitividad Empresarial.

Fleisher, C., Wright, S. y Tindale, R. (2007). *Bibliography and assessment of key competitive intelligence scholarship: part 4 (2003-2006)*. Journal of Competitive Intelligence and Management, 4:1, 34-107.

Fundación CETENESA (2004). La vigilancia tecnológica. Recuperado el 27 de junio de 2014, de:
https://www.oepm.es/cs/OEPMSite/contenidos/ponen/jornadas_ccaa/Ponencia_Navarra_Cetenasa.pdf

García, A. y Ortoll, M. (2012). Inteligencia competitiva: corpus teórico y prácticas. Ibersid, 6: 77-88.

León, T., González, E. y Aranguiz, D. (2007). Diseño e implementación de un Sistema de Vigilancia Tecnológica en una empresa de escasos recursos, Centro de Información y Gestión Tecnológica, Cuba.

Martínez, F. y Maynegra, R. (2010). Difusión de resultados de Vigilancia Tecnológica a través del gestor de contenidos Joomla!, Ciencias de la Información, 41, núm.1: pp. 61 – 65.

Ministerio de Fomento (2005). Modelos para implantar la mejora continua en la gestión de empresas de transporte por carretera. Recuperado el 20 de junio de 2014, de:

<http://www.fomento.es/NR/ronlyres/286FB432-2D3C-4596-94B3-1B2D96AF526D/19424/IVA3.pdf>

Análisis de patentes para identificar oportunidades para la ecoinnovación del sector turístico de Huatulco, México

Mtra. Judith Alejandra Velázquez Castro,
Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX), México.

Dr. Juan Manuel Montes Hincapié,
Universidad de Medellín (UdeM), Medellín Colombia.

Resumen

Este trabajo explora las oportunidades de ecoinnovación para el sector turístico de México, a partir de la búsqueda y análisis de patentes que pueden ser aplicables en los establecimientos de hospedaje de Bahías de Huatulco, Oaxaca. Lo anterior, con la finalidad de potenciar el desarrollo sustentable de este destino turístico, a través de la integración de tecnologías e innovaciones ambientales, en sus distintos procesos. Utilizando como herramienta metodológica la Vigilancia Tecnológica (VT), se logró obtener información de una importante base de datos con reconocimiento a nivel mundial: *Patentscope*. Finalmente, este trabajo muestra un panorama, de buenas prácticas para fomentar la innovación y el desempeño ambiental en las empresaturísticas, ello, basado en el uso de patentes.

Palabras clave: patentes, ecoinnovación, turismo.

INTRODUCCIÓN

La crisis ambiental que aqueja al sector turístico a nivel internacional, ha sido un punto de partida para diseñar estrategias que permitan a las empresas del sector, considerar prácticas

que procuren el cuidado ambiental, dejando atrás las prácticas convencionales que ponen en riesgo el futuro del planeta, y por ende, el de este sector.

En otros sectores, desde hace ya más de dos décadas, las empresas han integrado a sus actividades, el uso de ecoinnovaciones para salvaguardar los recursos naturales –esto, desde un enfoque de sustentabilidad-. Es así, que la ecoinnovación es importante para cualquier empresa, ya que es una estrategia que le permite a ésta generar una ventaja competitiva, reactivando su participación en el sector, mientras que también combate los problemas ambientales como el cambio climático o la escasez de recursos naturales.

Por lo anterior, ante un mundo en constante cambio, en donde los turistas buscan constantemente nuevas experiencias, tanto en viajes de descanso como de negocio, las empresas buscan cada vez más, nuevas formas para satisfacer a sus clientes, reactivar su economía y cuidar el ambiente.

De este modo, la difusión de las estrategias de ecoinnovación, puede tener un efecto multiplicador en las empresas, al permitir sinergias que beneficien a todos los actores involucrados –dentro o fuera de ella-. El enfoque de la sustentabilidad, por sí solo no puede lograr una compensación absoluta del crecimiento económico, de la minimización de los impactos ambientales o del aumento del potencial de mercado; ya que también requiere de herramientas o estrategias como las ecoinnovaciones –radicales o incrementales- para permitir una transición a largo plazo y la transformación hacia una economía sustentable.

El propósito de esta investigación, sobre la ecoinnovación en los establecimientos de hospedaje, es la de explorar el potencial de las patentes y examinar cómo estas pueden extenderse a áreas más allá del sector industrial, como el turismo, a través del diseño de estrategias de ecoinnovación o de otras políticas. Con el fin, de alentar al sector hotelero de Bahías de Huatulco a aprovechar las oportunidades, de desarrollo tecnológico o de la

difusión de productos y servicios de ecoinnovación; el objetivo final de este trabajo, será ayudar a los empresarios a desarrollar estrategias que permitan la transformación y conducción sustentable del sector, a través de la difusión de las prácticas de ecoinnovación. El tema de la ecoinnovación, es un tema que escasamente comienza a abordarse en el sector turístico de otros países. Lo que pone de manifiesto la importancia de su estudio para el turismo en México, tomando como base a Huatulco, al ser la primera comunidad turística en el mundo en obtener la certificación de *Earthcheck Gold*, y llevar a cabo una serie de acciones entre el municipio junto con la industria turística, para el cuidado ambiental.

Las empresas de turismo, recurren con frecuencia a prácticas como la gestión de la calidad o a certificaciones ambientales, para con ello mejorar su gestión ambiental, pero no recurren a otras prácticas que pueden potencializar su competitividad, como lo es el aprendizaje tecnológico a través del aprovechamiento de la información y conocimiento contenido en los documentos de patentes.

Por lo anterior, el presente trabajo indaga la importancia del análisis de patentes para la identificación de oportunidades en materia de ecoinnovación, que pueden ser aplicables al sector turístico de México y ser un referente para el trabajo en otros sectores empresariales de México e incluso en otros países. Este trabajo proporciona en primer lugar, una base teórica de la ecoinnovación en turismo, y en segundo lugar, una base práctica sobre la búsqueda de patentes que pueden ser aplicables en los hoteles de Bahías de Huatulco.

En el siguiente apartado se esboza el término de ecoinnovación, se señala su clasificación y se describen sus principales componentes y retos para el desarrollo sustentable del sector turístico. La sección 3, describe el aparato metodológico, utilizando la VT para de la búsqueda de patentes, y recogiendo los resultados preliminares de las patentes almacenadas

en la base de datos *Patentscope*. La sección 4, ofrece un análisis preliminar de las patentes que pueden ser aplicables en los hoteles.

Finalmente, se exponen las principales conclusiones y discusiones de este primer acercamiento al uso de base datos de patentes, para generar nuevas estrategias que permitan la implementación de ecoinnovaciones en el sector turístico, enfatizando su importancia para los establecimientos de hospedaje. También cabe resaltar, que esta investigación es un piloto que puede ser aplicable o replicable en otras empresas del sector turístico de México.

MARCO DE REFERENCIA

El término de ecoinnovación, es acuñado hace ya casi dos décadas, por los autores Fussler y James (1996) quienes lo definen como —nuevos productos o procesos que proporcionan al cliente el valor del negocio, pero disminuyen significativamente los impactos ambientales. Así, las ecoinnovaciones o innovaciones ecológicas también deben aportar una mayor aceptación social y cultural, ya que esto determina el aprendizaje y por lo tanto la eficacia de estas innovaciones y de las políticas que las promueven. Para los establecimientos de hospedaje, este término implica, más que un nuevo tipo de servicio, producto, proceso e incluso un nuevo sector; ya que este enfoque considera, además, lo social, lo económico y lo político, es decir, que integra la sustentabilidad.

En cuanto su clasificación, las ecoinnovaciones pueden ser (EUROCRAFTS 21, 2011):

- A. Procesos: tecnologías ambientales, también conocidas como tecnologías verdes o tecnologías amigables con el medio ambiente.
- B. Productos y servicios: productos ecológicos, gestión de residuos, gestión de aguas residuales, transporte colectivo ecológico.
- C. Organización: ISO 14000.

D. Presentación: Etiquetas Ecológicas.

E. Flujos de materia: industria alimentaria de 4ª gama y otros.

Otro punto clave, son los elementos a utilizar en el ecodiseño de productos o procesos (Desimone y Popoff, 1997 en Jung y Lewis, 2011), los cuales son la base para el desarrollo de la ecoinnovación. La *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* señala que son siete los requerimientos necesarios para reducir el impacto ambiental:

A. Reducir la intensidad de material de los bienes y servicios (reducción de material).

B. Reducir la intensidad energética de los bienes y servicios (reducción de energía).

C. Reducir la dispersión de materiales tóxicos (reducción de toxicidad).

D. Mejorar la reciclabilidad de los materiales (recuperación de materiales).

E. Maximizar el uso sustentable de los recursos renovables (sustentabilidad de los recursos).

F. Extender la durabilidad de sus productos (durabilidad del producto).

G. Aumentar la calidad de bienes y servicios (mejor servicio).

Con los elementos anteriores, se puede dar solución a problemas relacionados con el uso excesivo de material, de energía o de recursos –naturales-; con alta toxicidad, poca durabilidad o problemas de eficiencia del servicio; para finalmente rediseñar, hasta cierto punto, los procesos o servicios, compatibles con los objetivos de la empresa.

Finalmente, se evidencia que la ecoinnovación puede ser un reto para los establecimientos de hospedaje que deseen llevar a cabo prácticas ambientales, pues no sólo se trata de introducir o adaptar tecnologías o productos ambientales, sino de cambiar los procesos implicados en tales adaptaciones. Las ecoinnovaciones también implican un cambio en las rutinas y capacidades organizacionales, pues se rompen con esas prácticas convencionales relacionadas con la prestación del servicio y se cambia a prácticas sustentables.

OBJETIVO

Presentar una metodología basada en la VT para identificar oportunidades para la ecoinnovación, que contribuyan al desarrollo del sector turístico de Huatulco México.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El turismo es considerado como uno de los sectores más dinámicos de la economía a nivel mundial. Este sector depende en gran medida del desarrollo tecnológico llevado a cabo en otros sectores. Esto se debe, en parte, a que en el sector no se llevan a cabo prácticas de I+D, puesto que es un sector dedicado a satisfacer las necesidades del turista a través de la prestación de un servicio, cara a cara con el cliente, sin embargo, esto implica el uso de tecnologías y de ecoinnovaciones que pueden dar como resultado altos beneficios para las empresas.

Por otro lado, como resultado a la inmensa presión ejercida sobre los establecimientos de hospedaje para mantener su posición en un mercado dinámico y fragmentado, es un requisito elemental para ellos, estar al pendiente del entorno tecnológico, considerando el cuidado ambiental. En ese contexto, el análisis de patentes puede ser una herramienta clave para conocer los avances en materia de ecoinnovación.

METODOLOGÍA

Para la presente investigación, fue fundamental realizar un análisis del estado de la técnica de la ecoinnovación, ya que los resultados de estas búsquedas pueden influir en la inversión de tecnología hecha por los establecimientos de hospedaje, que por lo general, representan una gran inversión. El realizar esta búsqueda significa el ahorro de grandes cantidades de dinero, al detectar oportunamente las invenciones existentes en el área de ecoinnovación;

asimismo, también ofrece información para saber quiénes serían los mejores socios en una posible colaboración.

La estrategia utilizada para la búsqueda fue:

- Clasificar la invención, dado que el clasificar los objetos técnicos de las invenciones permite realizar una búsqueda acotada y razonablemente más segura.
- Utilizar búsqueda combinada, teniendo en cuenta la Clasificación Internacional de Patentes (CIP) y términos claves.
- Realizar la búsqueda en las bases de datos usualmente utilizadas para el análisis de las solicitudes de patentes de invención y modelo de utilidad.

A continuación, se esboza detalladamente la búsqueda y análisis de patentes relacionadas con la ecoinnovación, susceptibles a ser utilizadas en los establecimientos de hospedaje:

1. Planeación.

Para llevar a cabo el proceso de VT, en primer lugar, se definió una estrategia de búsqueda de palabras claves para la obtención de información de documentos tecnológicos, en una base de datos de patentes. Cabe resaltar que esta lista de palabras es el resultado del análisis de la fundamentación teórica en materia de ecoinnovación en turismo, y más concretamente de los establecimientos de hospedaje.

Así, esta lista comprende las siguientes palabras:

Tabla 1. Palabras clave

Español	Inglés
Ecoinnovación	Eco innovation
Ecodiseño	Eco design
Ecoeficiencia	Eco efficiency

Innovación ambiental	Environmentalinnovation
Innovación verde	Green innovation
Turismo	Tourism
Gestión	Management

Fuente: Elaboración propia.

Con base en ello, se elaboró una ecuación de búsqueda con el fin de delimitar los resultados encontrados en la base de datos de la *WorldIntellectualPropertyOrganization* (WIPO):*Patentscope*, la cual proporciona acceso a las solicitudes internacionales del Tratado de Cooperación en materia de Patentes.

Es importante señalar que, la información contenida en los documentos de patentes es de mucha utilidad, debido a que alrededor del 80% de este tipo de información tecnológica no se publica en otras bases de datos. Adicionalmente los documentos de patentes para su aprobación requieren de tres condiciones fundamentales: Novedad, nivel inventivo y aplicación industrial, los cuales son una buena base para la identificación de oportunidades para la ecoinnovación.

2. Búsqueda.

Una vez identificadas las palabras clave, la ecuación final de búsqueda fue la siguiente:

((eco innovationor eco designor eco efficiencyorenvironmentalinnovationorgreeninnovation) and tourism and management).

Esta ecuación, fue introducida en la *Patentscope*, que es una base que permite acceso a millones de documentos de patentes, tales como (WIPO, 2013):

A. Las solicitudes internacionales de patente presentadas en virtud del PCT

(Tratado de Cooperación en materia de Patentes). El PCT es un tratado

internacional administrado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y suscrito actualmente por 144 Estados miembros, cuyo objetivo principal es simplificar el procedimiento para la presentación de una solicitud internacional de patente con miras a obtener una protección por patente en varios países.

B. Colecciones de patentes nacionales de numerosos países participantes, a nivel Regional y de organizaciones, entre ellos:

- Argentina,
- ARIPO (Intelectual Regional Africana Organización de la Propiedad),
- Brasil,
- Chile,
- Colombia,
- Costa Rica,
- Cuba,
- Ecuador,
- El Salvador,
- EPO (Oficina Europea de Patentes),
- España,
- Federación de Rusia (datos de la URSS),
- Guatemala.
- Honduras,
- Israel,
- Japón,

- Jordania,
- Kenya,
- LATIPAT,
- Marruecos,
- México,
- Nicaragua,
- Panamá,
- Perú,
- República de Corea,
- República Dominicana,
- Singapur,
- Sudáfrica,
- Uruguay,
- USA,
- Vietnam,

Es así, que se obtuvieron 11 resultados sobre patentes afines con la ecoinnovación, en un período de tiempo de diez años, comprendido de 2004 a 2014.

3. Análisis de resultados.

Para el análisis de resultados orientados hacia la ecoinnovación, se trabajó con los siguientes indicadores:

- A. Frecuencia de publicaciones relacionadas con la temática. Que tiene relación con el número de patentes solicitadas por año.

- B. Principales oficinas de patentes involucradas. En donde se indica, cuáles son las oficinas en las que se presenta un mayor número de solicitudes para la protección de patentes relacionadas con el tema de ecoinnovación.
- C. Principales organizaciones involucradas. Este indicador identifica a las organizaciones líderes en el tema de ecoinnovación.
- D. Principales inventores involucrados. En este se identifican a los inventores potenciales, así como a los países líderes en I+D de ecoinnovaciones.
- E. Principales temáticas patentadas. Este indicador presenta información concerniente al campo de desarrollo tecnológico predominante donde se concentran las mayores actividades de I+D por parte de las organizaciones involucradas.

4. Difusión.

El último paso de la VT, es la difusión de resultados, ya que viabiliza de forma eficiente el procesamiento, almacenamiento y distribución de la información, lo cual optimiza el intercambio y la colaboración entre los beneficiarios de esta información a fin de apoyar la adecuada toma de decisiones para los establecimientos de hospedaje.

En la presente investigación, los resultados obtenidos, son un componente de la tesis doctoral —Ecoinnovación en los establecimientos de hospedaje; y los resultados, hasta el momento, serán presentados en el 2º Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Económico Administrativas —Cambios e innovación: una visión estratégica para el desarrollo, que se llevará a cabo, en el Instituto de Ciencias Económico Administrativas, Campus La Concepción, de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Pachuca, Hidalgo, México, los días 22, 23 y 24 de octubre de 2014.

Asimismo, la información podrá ser consultada por los entes interesados, que en este caso son los gerentes o administradores de los establecimientos de hospedaje de Bahías de Huatulco, al momento de presentar los resultados finales de este proyecto de investigación, esto, a través de un acercamiento particular con cada uno de ellos.

RESULTADOS PRELIMINARES

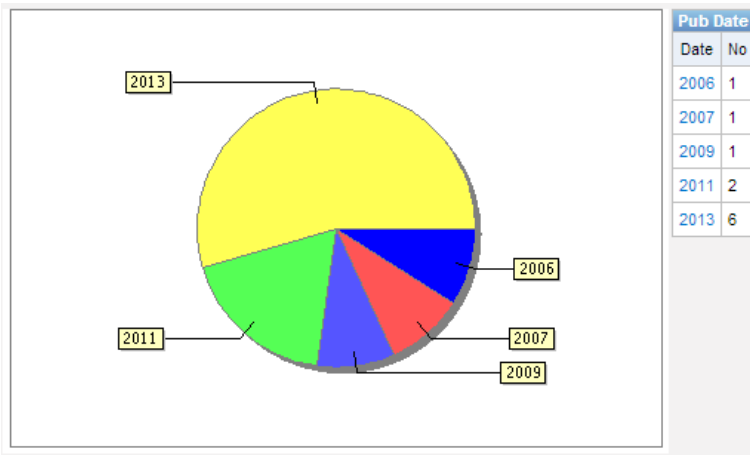
Como resultados preliminares, en este primer acercamiento, se analizan a continuación los indicadores empleados en este estudio.

1. Frecuencia de publicaciones relacionadas con la temática

El primer indicador, hace alusión al número y distribución de patentes por año, es decir, a la frecuencia de publicación.

Así, los resultados muestran que más de la mitad de patentes encontradas, relacionadas con la ecoinnovación, fueron presentadas en el año 2013 (ver gráfica 1). Por lo que se distingue que es un área relativamente nueva y que escasamente comienza a ser investigada, puesto que la primer patente en esta temática data de hace 8 años (del 2006); y es hasta el año 2013, que comienza a crecer el promedio de patentes por año, mostrándose ese año como el de mayor actividad inventiva, lo que revela el interés reciente en investigar la ecoinnovación.

Gráfica 1. Frecuencia de publicaciones

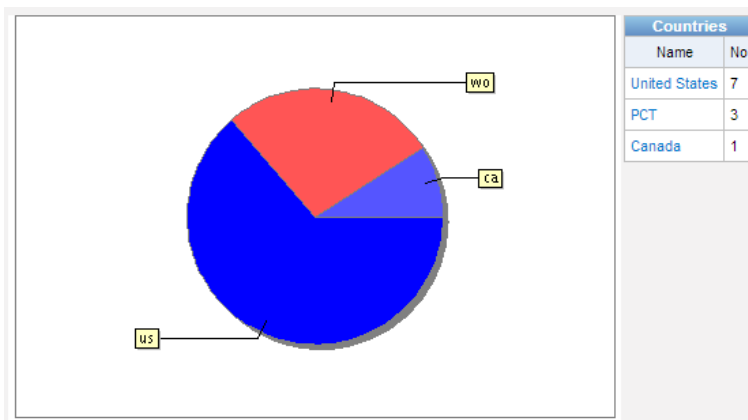


Fuente: *Patentscope* (2014).

2. Principales oficinas de patentes involucradas

Con relación a las principales oficinas de patentes involucradas en la protección de patentes de ecoinnovación, se tiene que el 65% de las patentes fueron presentadas en la oficina *UnitedStatesPatent and Trademark Office*; tres más fueron presentadas en virtud del PCT, y una más en la *Canadian IntellectualProperty Office*(ver gráfica 2).

Grafica 2. Productividad de invenciones por países



Fuente: *Patentscope* (2014).

3. Principales organizaciones involucradas

Al analizar el indicador de las principales organizaciones involucradas, se observa que el frente de investigación sobre ecoinnovación para los establecimientos de hospedaje, está

compuesto por un grupo reducido de países donde se origina la tecnología: Estados Unidos de América (EUA), Canadá, Alemania y Brasil (ver tabla 2).

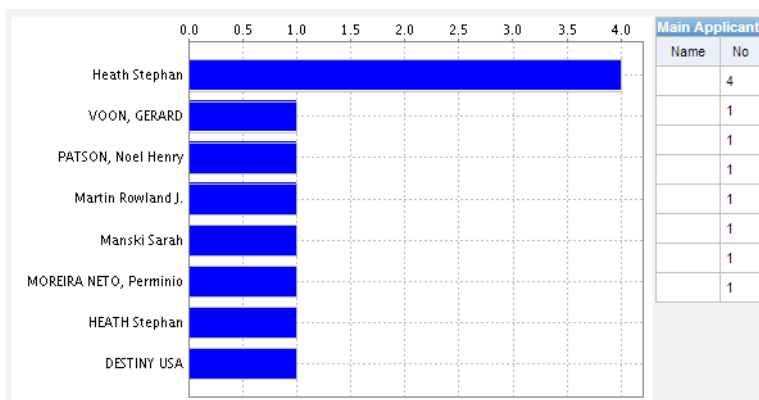
Tabla 2. Principales organizaciones involucradas

Organización/inventor	País	Numero de patentes
Heath Stephan	EUA	5
Martin Rowland,	EUA	1
Sarah Manski	EUA	1
Empresa Destiny USA Debacle	EUA	1
Voon Gerard	Canadá	1
Noel Henry Patson	Alemania	1
Perminio Moreira Neto	Brasil	1
	Total	11

Fuente: elaboración propia.

Estados Unidos lidera este indicador con 8 patentes registradas; siendo el inventor Heath Stephan, de la empresa *Innovative Mobile Technologies*(ver anexo 1), el líder en esta temática (ver gráfica 3).Otro actor importante es la empresa Destiny USA Debacle (ver anexo 2), pues DestinyUSA., es un complejo comercial y de entretenimiento de Nueva York, que aspira a ser no sólo el complejo más grande hecho por el hombre y la estructura más grande en el planeta, sino también la más respetuosa con el ambiente.

Gráfica 3. Principales organizaciones y autores involucrados

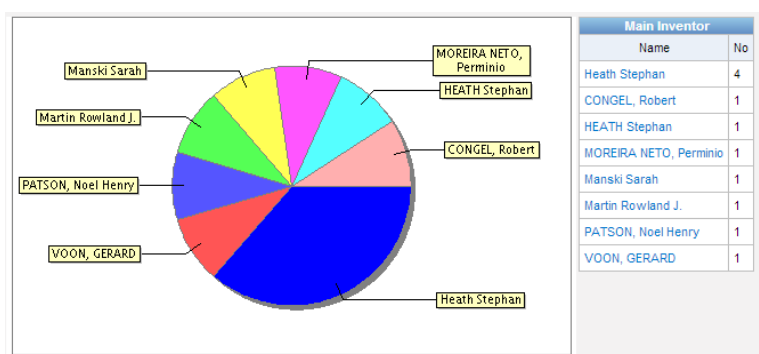


Fuente: *Patentscope* (2014).

4. Principales inventores involucrados

El cuarto indicador, evidencia un número limitado de investigadores, apareciendo un grupo de ellos con mayor presencia en EUA (ver gráfica 4). El grupo de EUA es liderado por Heath Stephan (con cinco patentes), seguido de Robert Congel, Sarah Manski y Martin Rowland; cada uno de ellos con una patente; seguidos por Moreira Neto de Brasil; Von Gerard de Canadá; y Noel Henry Patson de Alemania, cada uno con una patente.

Gráfica 4. Principales inventores



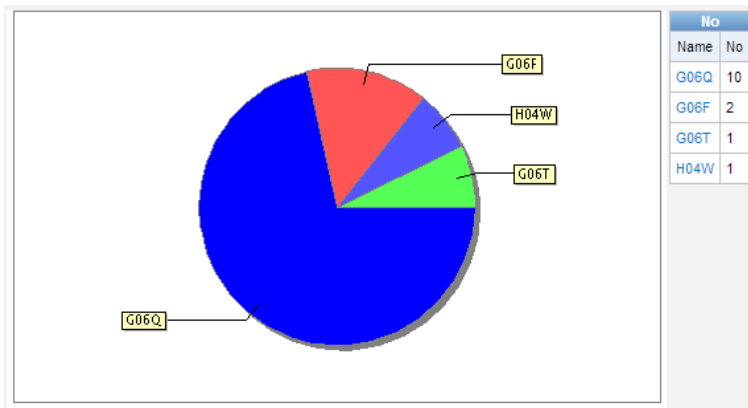
Fuente: *Patentscope* (2014).

Un elemento significativo del estudio es que a pesar de que existen varios inventores de un mismo país trabajando en una misma temática y año, no se muestran relaciones de coautoría.

5. Principales temáticas patentadas

La último indicador (ver gráfica 5), evidencia que las temáticas patentadas son sólo cuatro: G06Q, G06F, G06T y H04W.

Gráfica 5. Temáticas patentadas



Fuente: *Patentscope* (2014).

La tabla 3, describe cada una de ellas de acuerdo con la Clasificación Internacional de Patentes (IPC por sus siglas en inglés), que se basa en un tratado multilateral internacional administrado por la OMPI y denominado Arreglo de Estrasburgo, celebrado en 1971 y que entró en vigor en 1975. Pueden ser parte en el Arreglo los Estados miembros en el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. En la actualidad son parte en el Arreglo 62 Estados. Sin embargo, en la práctica utilizan la CIP las oficinas de propiedad industrial de más de 100 Estados, cuatro oficinas regionales y la Oficina Internacional de la OMPI, en virtud del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT):.

Tabla 3. Clasificación de principales temáticas patentadas.

Clasificación	Descripción
G06	COMPUTO; CALCULO; CONTEO

<p>G06F</p>	<p>TRATAMIENTO DE DATOS DIGITALES ELECTRICOS (computadores en los que una parte del cálculo se efectúa hidráulica o neumáticamente G06D, ópticamente G06E; sistemas de computadores basados en modelos de cálculo específicos G06N).</p> <p>Notas: En la presente subclase, la expresión siguiente tiene el significado abajo indicado:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. —Manipulación comprende el tratamiento o la transferencia de datos; 2. —Equipo de tratamiento de datos designa la asociación de un procesador eléctrico de datos digitales que puede clasificarse en el grupo G06F 7/00, con una o más disposiciones que pueden clasificarse en los grupos G06F 1/00 Hasta G06F 5/00 y G06F 9/00 hasta G06F 13/00.
<p>G06Q</p>	<p>Métodos o sistemas de procesamiento de datos especialmente adaptados para fines administrativos, comerciales, financieros, de gestión, de supervisión o de pronóstico; [2006.01].</p> <p>Nota(s):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los grupos G06Q 10/00-G06Q 50/00 y G06Q 99/00 sólo cubren sistemas o métodos que conllevan operaciones significativas de procesamiento de datos, p. ej. operaciones de procesamiento que necesitan ser llevadas a cabo mediante un dispositivo o sistema tecnológico, p. ej. de

computación. [2006.01].El grupo G06Q 90/00 cubre sistemas o métodos que no conllevan procesamiento significativo de datos, cuando se cumplen las dos condiciones siguientes: [2006.01].

- Los sistemas o métodos están especialmente adaptados para los fines mencionados en el título de la subclase o en los títulos de los grupos G06Q 10/00-G06Q 50/00 ; y [2006.01]
- No pueden clasificarse en otro sitio de la CIP, por ejemplo mediante la aplicación de los principios descritos en el párrafo 96 de la Guía. [2006.01]

Cuando se clasifiquen tales sistemas o métodos en el grupo G06Q 90/00 , se puede realizar una clasificación adicional en el grupo más relacionado de ésta o de cualquier otra subclase, si esta clasificación da información acerca de la aplicación de los sistemas o métodos que pudiera ser de interés para la búsqueda. Tal clasificación no obligatoria debe darse como "información adicional". [2006.01]

2. Cuando se clasifique en los grupos G06Q 10/00-G06Q 40/00 , los sistemas o métodos que estén especialmente adaptados para un sector específico de negocios deben también clasificarse en el grupo G06Q 50/00 , cuando se determine que la adaptación especial es nueva y no

	<p>obvia. [2006.01]</p> <p>3. En esta subclase se aplica la regla de preferencia al primer lugar, p. ej. Para cada nivel jerárquico, la clasificación se realiza en el primer lugar apropiado. [2006.01].</p>
<p>G06T</p>	<p>TRATAMIENTO O GENERACION DE DATOS DE IMAGEN, EN GENERAL (especialmente adoptados para aplicaciones particulares, ver las subclases apropiadas, p. ej. G01C, G06K, G09G, H04N) [2006.01].</p> <p>Nota(s):</p> <p>1. La presente subclase cubre : [6]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las disposiciones para el modelado geométrico de los objetos, donde el modelo final es utilizado para la visualización de una imagen del objeto o para algún otro propósito, tal como la fabricación de un objeto correspondiente; [6] • Las disposiciones para analizar los atributos geométricos de una imagen de un objeto; [6] <p>2. La presente subclase no cubre : [6]</p> <ul style="list-style-type: none"> • La fotogrametría o videogrametría, que están cubiertas por la subclase G01C ; [2006.01] • La lectura o el reconocimiento de caracteres impresos o escritos, o el reconocimiento de formas, p. ej. de huellas dactilares, que son cubiertas por la clase G06K ; [6]

	<ul style="list-style-type: none"> • La modificación de los datos de imagen que permiten la visualización utilizando ventanas múltiples, que es cubierta por la subclase G09G ; [6] • Los circuitos para generar las funciones para la visualización, que son cubiertos por la subclase G09G ; [6] y • La exploración de documentos o similares para la transmisión de imágenes, que es cubierta por la subclase H04N . [6]
<p>H04W</p>	<p>REDES DE COMUNICACION INALAMBRICAS [2009.01]</p> <p>Nota(s):</p> <p>1. Esta subclase cubre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes de comunicación para el establecimiento selectivo de uno o más enlaces inalámbricos entre un número determinado de usuarios o entre usuarios y equipos de red, con el propósito de transferir información a través de dichos enlaces de comunicación inalámbricos; [2009.01] • Redes que utilizan una infraestructura para la gestión de movilidad de usuarios conectados a las mismas de forma inalámbrica p. ej. redes celulares, WLAN (Redes Inalámbricas de Área Local), redes de acceso inalámbricas p. ej. WLL (Bucle Local Inalámbrico) o redes de comunicación inalámbricas autoorganizadas p.

	<p>ej. <i>Redesad-hoc</i>; [2009.01]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación o utilización especialmente adaptados para las redes mencionadas anteriormente; [2009.01] • Servicios o instalaciones especialmente adaptadas para las redes inalámbricas mencionadas anteriormente; [2009.01] • Disposiciones o técnicas especialmente adaptadas para la operación de las redes inalámbricas mencionadas anteriormente. [2009.01] <p>2. Esta subclase cubre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de comunicación que usan extensiones inalámbricas, p. ej. enlaces inalámbricos sin comunicación selectiva, p. ej. teléfonos inalámbricos que están cubiertos por el grupo H04M 1/72 ; [2009.01] • Difusión (<i>broadcast</i>), que está cubierto por la subclase H04H. [2009.01] <p>3. En esta subclase, en cada nivel jerárquico, salvo indicación en contrario, se clasificará en el primer lugar apropiado. [2009.01]</p>
--	---

Fuente: United States Patent and Trademark Office, USPTO (2013).

Como se observa con este indicador, la principal temática pertenece a la G06Q, la cual, de acuerdo con la IPC (*United States Patent and Trademark Office, USPTO 2013*) despliega

métodos o sistemas de procesamiento de datos especialmente adaptados para fines administrativos, comerciales, financieros, de gestión, de supervisión o de pronóstico.

CONCLUSIONES Y DISCUSIONES

Las ecoinnovaciones pueden sustituir las prácticas y/o procesos convencionales por procesos que procuren el cuidado ambiental, esto, aplicable a cualquier sector económico, ya que sin importar el giro, las empresas contaminan e impactan el ambiente –sea en mayor o menor grado-.

Por tal razón, la VT puede ser un método adecuado para detectar, recopilar, analizar y comunicar información relacionada con determinados eventos, y al mismo tiempo, ser una herramienta eficaz para en la toma de decisiones para alcanzar el desempeño sustentable en los establecimientos de hospedaje.

Así, en esta investigación, la VT fue la metodología utilizada para el análisis de patentes para obtener y aportan información útil sobre diferentes aspectos de la GTi, como por ejemplo: el conocimiento de las empresas líderes en tecnologías ambientales; la gestión de I+D+i; la adquisición de tecnología, la gestión de la cartera de proyectos; la supervisión de los procesos o la gestión de los recursos humanos. Se concreta señalando, que estas son sólo las principales aplicaciones y beneficios empresariales del análisis de datos sobre patentes, en un intento por destacar su ampliogrado de aplicación o uso empresarial, que hacen que esta herramienta resulte considerablemente atractiva para los hoteles.

En ese tenor, hacer uso de las patentes, para identificar las ecoinnovaciones que pueden ser utilizadas en los hoteles, es importante, ya que las patentes son un indicador sobre el desarrollo y potencial tecnológico en un área determinada del conocimiento. En general, estos documentos son medios eficientes para transmitir información tecnológica reciente y

actualizada, que las empresas hoteleras no podrían encontrar en otro sitio o base de datos; asimismo, estos documentos difunden lo conocido hasta ese momento, de manera que en muchos casos se encuentra en ellos los últimos avances tecnológicos a los que la organización podría acceder.

Por último, cabe destacar, que una vez identificadas estas patentes, las empresas hoteleras de Bahías de Huatulco, podrán tomar la decisión de elegir la tecnología que se adapte a lo que requieren y satisfaga mejor sus necesidades, y de allí, decidir sobre su implementación en las distintas áreas o procesos que así lo requieran.

FUENTES DE CONSULTA

Cheatham, C. (2005). *TheDestiny USA Debacle*. Recuperado el 27 de junio de 2014, de:[http://www.greenbuildinglawupdate.com/uploads/file/DestinyUSAe-book\(5\).pdf](http://www.greenbuildinglawupdate.com/uploads/file/DestinyUSAe-book(5).pdf)

EUROCRAFTS 21 (2011). Ecoinnovación factor estratégico de competitividad empresarial.

Fussler, C. y James, P. (1996). *Driving Eco-Innovation: A Breakthrough Discipline for Innovation and Sustainability*, Pitman Publishing: London, 364 p.

Innovative Mobile Technology (2014). *Next generation of mobile technologies*. Recuperado el 28 de junio de 2014, de: <http://stephanheath.blogspot.com/2013/11/next-generation-of-mobile-technologies.html>

Jung, C. y Lewis, J. (2011). *Accelerating preliminary eco-innovation design for products that integrates case-based reasoning and TRIZ method*. *Journal of Cleaner Production*, 19, pp. 998-1006.

United States Patent and Trademark Office, USPTO (2013).*Clasificaciónsearchpage*. Recuperado el 25 de junio de 2014, de: <http://www.uspto.gov/web/patents/classification/index.htm>

World Intellectual Property Organization, WIPO (2013).*Patentscopesearch, The User's Guide*. WIPO Publication No.L434/8E.

World Intellectual Property Organization, WIPO (2014).*Patentscope*. Recuperado el 25 de junio de 2014, de: <http://patentscope.wipo.int/search/en/search.jsf>

ANEXOS

Anexo 1. Biografía de Heath Stephan

Fundador de:*Innovative Mobile Technologies Inc.*

Experiencialaboral:

- Vicepresidente

Hill Companies, LLC

Enero 2000 hasta enero 2012 (12 años 1 mes) GreenwoodVillage, Colorado.

- Subdirector

Venture Capital Broe Group & Private Capital

Enero 1990 (10 años 1 mes) Denver, Colorado.

- Ventas de inversiones

ColdwellBankerCommercial

Enero 1987 (3 años 1 mes) Denver, Colorado.

- Analista de finanzas

Denver Alaska Nippon Oil & Gas Company

Septiembre 1985 (2 años 4 meses) Denver, Colorado.

Educación: University of Denver; Pepperdine University.

Las empresas están buscando nuevas maneras de conectarse con los consumidores móviles, a través de compras de acciones en las redes sociales, lo que evidencia nuevas experiencias con sus dispositivos móviles. Stephan Heath ha estado desarrollando estrategias para la próxima generación de tecnologías móviles "conectar las marcas con los consumidores!". Su sitio web para móviles utiliza sus patentes para tecnología móvil; patentes que conectarán las marcas con los consumidores móviles y ofrecerán descuentos por tiempo limitado, especializado en ofertas y cupones, basados en la localización correcta para los *Smartphone* para las compras impulsivas. Las empresas podrán mostrar los productos y servicios en la galería de destino a los consumidores *on line* con alertas móviles, promociones y ofertas basadas en sus intereses personales, ubicación, comunicaciones de redes sociales y otras tecnologías de seguimiento.

Fuente: elaboración propia con base en *Innovative Mobile Technology* (2014).

Anexo 2. Destiny USA Debacle

Robert Congel, un desarrollador comercial de bienes raíces que vive en el norte del estado Nueva York, tuvo un plan para "cambiar el mundo". Convencido de que va a producir más beneficios para la humanidad, decidió recaudar \$20 mil millones de dólares para que esto ocurra (eso es 12 veces el presupuesto anual de las Naciones Unidas). ¿Qué tiene en mente Congel? Destiny EE.UU., es un complejo comercial y de entretenimiento de Nueva York, aspira a ser no sólo el más grande hecho por el hombre y la estructura más grande en el planeta, sino también la más respetuosa con el ambiente. Con segmentos de Disney World, Las Vegas, los Laboratorios Bell y Mall of America—con un toque de Walden Pond— la “*ciudad retail*” que incluirá las tiendas habituales y restaurantes, así como un centro de investigación para las pruebas de tecnologías avanzadas y una reserva de la biosfera recreativa de 81 hectáreas, con temperaturas primaverales y un río artificial para practicar kayak.

Fuente: elaboración propia con base en Cheatham (2005).

Capítulo II

Reformas estructurales y crecimiento económico.

Crecimiento económico: cambios y estrategias.

Papel del progreso tecnológico y del cambio estructural en el desarrollo económico de México y América latina

Dr. René Caballero Hernández

Profesor-Investigador de la Escuela Superior de Tizayuca, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

E-mail: rene_caballero@uaeh.edu.mx

Mtra. Elba Mariana Pedraza Amador

Profesor-Investigador de la Escuela Superior de Tizayuca, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Resumen

Una corriente cada vez más influyente dentro de la Economía del Desarrollo explica la brecha entre esta región y los países desarrollados, no sólo a partir de la —industrialización truncal (Fernando Fajnzylber *dixit*), sino también porque la desigualdad se estabilizó mucho antes de que comenzara la trayectoria inversa prevista en la curva de Kuznets.

El retoma esta explicación para analizar la brecha de desarrollo de América Latina respecto del mundo desarrollado y de algunos países de reciente industrialización. Comienza recuperando la visión schumpeteriana, según la cual el progreso tecnológico es uno de los principales motores del crecimiento y es inseparable del cambio estructural, dado que asume que el progreso tecnológico se materializa en la implantación de nuevos sectores y

procesos que redefinen la estructura productiva, volviéndola más diversificada, densa y compleja.

Los puntos de partida para explicar el atraso persistente de AL son: i) que el cambio cualitativo, y no solo la acumulación de factores, es el vector clave del desarrollo económico y ii) que la tecnología debe analizarse en conjunto con los factores de la demanda y con el papel del comercio internacional en el crecimiento.

Se presenta evidencia empírica para tratar de comprobar estas premisas teóricas.

Palabras clave: Desarrollo económico, progreso tecnológico, brecha de desarrollo, cambio estructural, innovación.

Introducción

Varios estudios documentan que en 130 años de historia económica América Latina (AL) no ha podido reducir la brecha que la separa de los países desarrollados en cuanto a su ingreso por habitante (Madison, 1995; Easterly, 2001). ¿Cómo explicar este rezago? Para los estudiosos modernos del desarrollo (aquellos que aceptan como válida la relación tecnología-crecimiento-heterogeneidad estructural), el insuficiente avance económico de AL en la posguerra se explica en buena medida por la debilidad del progreso técnico, la reducida competitividad internacional, la incapacidad para generar eslabonamientos con el resto de la estructura productiva y la recurrente aparición de desequilibrios externos en la región. En suma, desde este punto de vista la divergencia de AL respecto a los países desarrollados no sólo se explica por su —industrialización truncal, sino también porque su

desigualdad se estabilizó mucho antes de que comenzara la trayectoria inversa prevista en la curva de Kuznets.

El presente trabajo está de acuerdo con esta perspectiva y en consecuencia busca explicar la brecha de desarrollo de AL respecto del mundo desarrollado y de los países de reciente industrialización recuperando la visión schumpeteriana, la cual propone, por un lado, que el progreso tecnológico es uno de los principales motores del crecimiento y, por otro, que éste es inseparable del cambio estructural, porque el progreso tecnológico se materializa en la implantación de nuevos sectores y procesos que redefinen la estructura productiva, volviéndola más diversificada, densa y compleja. Así se llegan a asumir dos puntos de partida para explicar el atraso persistente de AL: i) que el cambio cualitativo, y no solo cuantitativo (acumulación de factores), es el vector clave del desarrollo económico y ii) que la tecnología debe analizarse en conjunto con los factores de la demanda y con el papel del comercio internacional en el crecimiento. Para explicar por esta vía el atraso de AL, el presente trabajo se organiza en tres secciones, además de esta introducción y los comentarios finales. En la primera sección se revisa brevemente la literatura que ha abordado la vinculación entre tecnología, cambio estructural y crecimiento. En la segunda sección se despliega un modelo que propone que la tasa de crecimiento de los países atrasados depende del aprendizaje tecnológico y del cambio estructural, así como de variables políticas e institucionales. Y en la tercera parte se presentan hallazgos empíricos recopilados en distintas investigaciones que validan las propuestas del modelo presentado.

Desarrollo económico, tecnología y cambio estructural

La idea de que el desarrollo económico de los países se relaciona con el progreso tecnológico y con el cambio estructural dista mucho de ser nueva. Este tema fue tratado por Schumpeter (1934), ya estaba presente en los trabajos clásicos sobre el desarrollo (ver Ray, 2000) y recientemente ha sido motivo de estudios de la CEPAL (2004) y de la UNCTAD (2003). A continuación se reseña brevemente cómo han planteado distintos autores la relación que se establece entre desarrollo y crecimiento económico, tecnología y cambio estructural. Para mayor claridad, es preciso acotar que esta reseña no tiene como propósito revisar la evolución histórica de la teoría del desarrollo económico, sino simplemente cómo ha sido abordada la relación de marras por la comunidad de estudiosos del desarrollo y crecimiento económico.

La visión schumpeteriana

Schumpeter asoció el desarrollo económico a la generación de innovaciones y a su difusión, ya que identificó a la —destrucción creadora‖ como el motor de los ciclos largos de crecimiento. Desde este punto de vista, el desarrollo económico se aceleraba con la generación de innovaciones, pero gradualmente se debilitaba conforme se llevaba a cabo la difusión de tecnología, ya que ésta traía una disminución de la —renta tecnológica‖ que desestimulaba la generación de innovaciones secundarias. Esto llevaba a la restitución del —flujo circular walrasiano‖ hasta que un nuevo racimo de innovaciones inauguraba otro proceso de desarrollo.

Desde Schumpeter, el estudio de este tema puede separarse en tres etapas, las cuales se abordan a continuación.

La perspectiva de la economía del desarrollo y del estructuralismo latinoamericano

La primera etapa va de fines de los 1940 a principios de los 1960 y se ha llegado a identificar como —los años de la alta teoría del desarrollo—, porque durante esta fase se dieron las aportaciones de Prebisch (1950), Nurske (1953), Lewis (1953), Myrdal (1956) y Hirschman (1958). Un elemento compartido por todos estos autores fue que existía una fuerte relación entre el desarrollo económico y el cambio estructural, la cual tenía al menos tres manifestaciones. En una primera dimensión, estos fenómenos se interrelacionan porque el desarrollo económico se veía como la canalización de factores productivos desde sectores de baja productividad hacia sectores de alta productividad, donde la industria iba adquiriendo progresivamente un mayor peso dentro de la economía y llegaba a convertirse en la fuente principal de productividad, y como un proceso que generaba derramas económicas, encadenamientos hacia delante y hacia atrás y externalidades tecnológicas.

En una segunda dimensión, la interrelación aparecía porque, según estos autores, el cambio estructural enfrenta desafíos tales como las complementariedades intersectoriales y las indivisibilidades tecnológicas, los cuales sólo se podían resolver mediante políticas que promovieran el cambio estructural a través del impulso simultáneo de los sectores y de grandes inversiones en tecnología. El fomento de este tipo de cambio estructural llegaba a afectar el patrón de inserción externa de los países periféricos, porque al aumentar más las importaciones que las exportaciones, propiciaba la aparición de desequilibrios externos que se traducían en bajas tasas de crecimiento como una vía para corregirlos.

Finalmente, en una tercera dimensión, el cambio estructural transforma la estructura del empleo. Originalmente, los países en desarrollo eran vistos como —duales—, porque

albergaban un sector agrícola atrasado y un sector industrial moderno, pero gradualmente se convirtieron en estructuras heterogéneas, donde coexistían sectores modernos y sectores rezagados. Así es como Pinto (1970) acuña el concepto actual de heterogeneidad para referirse al hecho de que en los países atrasados la concentración del progreso tecnológico genera una estructura productiva segmentada caracterizada por tres niveles: i) el —polo moderno‖, o sea, la industria y los servicios con niveles de productividad similares a los de los países desarrollados, ii) el —polo atrasado‖, que aglutina a los sectores más rezagados, cuya productividad es similar a la de la época colonial, y iii) el —estrato intermedio‖, cuya productividad era la del promedio de la economía nacional. Así se llegó a redefinir al desarrollo económico como el proceso por medio del cual el empleo se canalizaba hacia el estrato intermedio y el polo moderno. Estos autores pensaban que por esta vía se favorecía el aumento de la productividad agregada, la difusión tecnológica y el aumento de los salarios reales.

La teoría del crecimiento exógeno

La segunda etapa va de mediados de los años 1960 a principios de los años 1980 y es un período donde, con algunas excepciones, se redujo el interés de los economistas en este tema. En esta época, las contribuciones teóricas y empíricas se limitaron a modelar el crecimiento a partir de la función de producción agregada, la cual por definición relega los temas sectoriales a un segundo plano.

En estos modelos se introduce una función de producción con rendimientos constantes a escala y decrecientes para cada factor productivo, junto al supuesto de mercados perfectamente competitivos. Esto lleva a la economía a un equilibrio de largo plazo con

pleno empleo. El equilibrio se acompaña de tasas nulas de crecimiento de la renta per cápita, lo cual, junto a la necesidad de explicar las tasas de crecimiento positivas que se observan empíricamente en las distintas economías, justifica la introducción del progreso tecnológico como el factor exógeno que determina la existencia de tasas de crecimiento positivas a largo plazo de la renta per cápita. Debido a esta necesidad, es necesario introducir mejoras técnicas generalizadas y exógenas, por lo que a estos modelos se les denomina de crecimiento exógeno.

En esta época el modelo de Solow fue el marco analítico básico para analizar el impacto del progreso tecnológico en el crecimiento económico^{Nota1}. Al tomar al progreso tecnológico como exógeno, también se tendió a restar importancia a las diferencias sectoriales en la economía. Estos dos ingredientes propiciaron modelos agregados de un solo sector que relegaban a un papel secundario al cambio estructural y a la diversificación productiva en el crecimiento. Además, al considerar a la tecnología como exógena, estos modelos no permitían explicar las diferencias tecnológicas entre países ni sus efectos sobre el crecimiento y el comercio.

La teoría del crecimiento endógeno y la visión heterodoxa

Tras algunos años de olvido, desde los años 1980 los economistas se han interesado más en la interrelación entre desarrollo económico, tecnología y cambio estructural.

Una razón que explica el renovado interés de los economistas en el tema fue que las predicciones del modelo neoclásico no se cumplían. Adicionalmente, la teoría del crecimiento exógeno era incapaz de explicar el crecimiento de largo plazo por tres razones:i) es poco convincente que el esfuerzo inversor, los procesos de I+D, el gasto

público o la fiscalidad no tengan ningún efecto a largo plazo sobre la tasa de crecimiento, ii) esa teoría no exploraba las causas por las cuales las tasas de crecimiento son diferentes entre los países y iii) esos modelos no explican por qué no se producen movimientos de capital de los países ricos hacia los pobres, en los cuales la productividad marginal del capital es mayor.

Razones de espacio impiden reseñar todas las contribuciones a este tema. Sin embargo, es ineludible distinguir al menos dos corrientes.

La visión ortodoxa

A partir del modelo de Solow, la economía convencional retomó el tema del cambio estructural en el marco de la nueva teoría del crecimiento endógeno^{Nota2} pero, a diferencia de aquel, esta teoría propuso modelos de dos o tres sectores donde el crecimiento económico de largo plazo se alimenta de retornos crecientes del sector intensivo en I+D y de la diversificación de la estructura productiva.

El de Romero (1990) es uno de los modelos neoclásicos más conocidos y ejemplifica el cambio de la visión ortodoxa en este tema. A diferencia del modelo de Solow –donde, cuando hay progreso técnico exógeno, la tasa de crecimiento a largo plazo del producto por habitante (el desarrollo económico) tiende a cero porque los rendimientos decrecientes de la acumulación del capital deprimen la rentabilidad de la inversión–, en el de Romero el sector de I+D genera nuevas variedades de bienes intermedios que se usan para producir bienes de consumo final. Según este autor, a pesar de que el sector de bienes intermedios tiene ingresos decrecientes, la economía en su conjunto puede superarlos creando nuevas

variedades. En otras palabras, el crecimiento económico se basa en la complejización y diversificación de la estructura productiva (el cambio estructural), la cual genera retornos crecientes y evita la caída de la inversión en el largo plazo.

En suma, no es exagerado afirmar que la —nueva‖ teoría del crecimiento endógeno se alimenta teóricamente de los —viejos‖ temas de las externalidades, las indivisibilidades, las derramas tecnológicas y los retornos crecientes, propuestos originalmente por la teoría estructuralista.

La visión heterodoxa

A diferencia de la visión ortodoxa (en sus versiones exógena y endógena), la teoría del desarrollo heterodoxa se alimenta tanto de las propuestas estructuralistas de los años 1950 como de la destrucción creadora schumpeteriana. Dos puntos que comparten estas visiones son: i) que la productividad es la base del crecimiento de largo plazo y depende del aprendizaje tecnológico, o sea, de la capacidad de cada país para innovar y difundir el nuevo conocimiento a todo su sistema económico; y ii) que las capacidades tecnológicas de los países no sólo afectan su productividad, sino también su patrón de especialización (la cantidad y tipo de bienes que son capaces de producir de manera competitiva).

En el campo heterodoxo, los conceptos de brecha y capacidad tecnológica surgen de las contribuciones que destacan los efectos de la dinámica tecnológica en el comercio internacional y el crecimiento (Posner, 1961; Freeman, 1963; Hirsch, 1965; Vernon, 1966), las cuales resaltan el papel de las asimetrías tecnológicas internacionales como el principal factor determinante de los flujos comerciales y los patrones de especialización.

Según esta teoría, como la difusión de innovaciones no es inmediata, los líderes tecnológicos disfrutan de una ventaja inicial (la renta tecnológica) que les permite ampliar su participación en el mercado mundial innovando o mejorando los productos que producen. Gradualmente, debido al *catching up* de los —seguidores cercanos‖ y a la estandarización de las tecnologías, el papel de la brecha tecnológica en el comercio se reduce, y la competitividad internacional pasa a depender en parte de factores que reducen los costos de producción (disponibilidad de mano de obra y de recursos naturales). No obstante, en el largo plazo sólo los países que puedan reducir rápidamente la brecha tecnológica se desarrollarán económicamente. Dado que los sectores más dinámicos no dejan de crear nuevas tecnologías y de afectar, por esta vía, las estructuras de producción y comercio, en el largo plazo la estrategia de esperar a que se frene el impulso tecnológico para recuperar la competitividad externa provoca la divergencia del ingreso por habitante entre los países.

Debido a que la tradición heterodoxa retoma las ideas estructuralistas, en sus modelos enfatiza que el cambio tecnológico es un motor del cambio estructural y la fuente de la especialización internacional (Dosi, Pavitt y Soete, 1990). Según esta teoría, el cambio tecnológico explica los cambios estructurales con la aparición de nuevos productos y sectores. En otras palabras, los países que pueden absorber los nuevos paradigmas y trayectorias tecnológicas llegan a modificar la composición sectorial de su industria y a difundir el cambio tecnológico a toda su economía.

Más allá del monto de conocimiento que produzca o reciba externamente un país, si es incapaz de vincularlo con sus habilidades tecnológicas y con el conocimiento tácito que posee, no será capaz de traducir esos conocimientos en innovación y en un sendero de desarrollo estable. Esta idea es la base del concepto de —Sistema Nacional de Innovación, el cual propone que los vínculos sistémicos y la interacción no se refieren únicamente a las empresas, sino que se extienden a otras organizaciones y al marco institucional que cada sociedad es capaz de desarrollar.

En los modelos heterodoxos, el crecimiento se explica a partir de un incremento en la contribución del factor capital y de la acumulación de conocimiento incorporada. La vertiente schumpeteriana de estos modelos enfatiza que las políticas Públicas ayudan a cambiar el paradigma tecno-económico, ya que es más difícil aprender cuando la economía se diversifica hacia sectores más alejados de su base tecnológica inicial, y cuando deben superarse las resistencias derivadas de la dependencia de la trayectoria anterior (*path-dependency*).

Así, la elección e implementación de las estrategias de cambio estructural se relacionan con temas de economía política y de construcción de instituciones que escapan a los objetivos de este trabajo. Sin embargo, los estudios disponibles sobre el papel de las políticas industriales en AL y en los países del sudeste asiático brindan importantes enseñanzas en ese sentido, algunas de las cuales se recuperan en la última parte de este trabajo.

El modelo utilizado

Recientemente se han realizado esfuerzos por aplicar empíricamente las propuestas teóricas que vinculan el crecimiento de los países con sus habilidades tecnológicas y con el cambio estructural. Para alcanzar este objetivo, un paso intermedio ha sido extraer los elementos teóricos principales y organizarlos para poder comparar empíricamente el desarrollo de AL respecto al de los países desarrollados y de algunos países de reciente industrialización.

El marco teórico formal que se reseña en este apartado ha sido expuesto en varios lugares (CEPAL, 2007:13-15; CEPAL, 2012: 13-22; Holland y Porcile, 2005) y parte de establecer que el cambio proporcional en la demanda de exportaciones e importaciones de un país está asociado con la brecha que lo separa del líder tecnológico y con el patrón de especialización de su economía, porque la interrelación entre la estructura productiva de un país atrasado y la dinámica de la brecha tecnológica perfilan en el largo plazo las tasas relativas de crecimiento tanto de los países atrasados como de los desarrollados, su convergencia y divergencia y sus salarios relativos.

Es importante remarcar que este modelo se alimenta de las propuestas de la teoría heterodoxa del desarrollo y de las aportaciones de origen keynesiano que asumen como punto de partida el enfoque Kaldor-Thirwall-Vines, o sea, que la restructuración económica está basada en el ahorro/inversión, la estabilidad del tipo de cambio real y la asimetría del comercio internacional.

Para mostrar cómo se verifica el crecimiento, se supone una economía internacional formada por un país desarrollado y uno atrasado, los cuales tienen fuertes asimetrías tecnológicas y productivas, y se busca mostrar las condiciones en que dichas asimetrías

tienden a reproducirse y a generar divergencia en los niveles de ingreso por habitante. En otras palabras, se busca explicar la interrelación entre países atrasados y desarrollados a partir de sus relaciones tecnológicas, productivas y comerciales.

Crecimiento con restricción externa

En cuanto a la relación comercial, los keynesianos señalan que los flujos comerciales afectan las tasas relativas de crecimiento de los países atrasados porque desequilibran su cuenta corriente. Desde este punto de vista, si se supone que la economía está formada por un país desarrollado y uno atrasado, y que estos países comercian entre ellos, en el largo plazo la tasa de crecimiento del país atrasado dependerá de cuatro aspectos: i) la tasa de crecimiento del país desarrollado, ii) la devaluación del tipo de cambio real de la moneda, iii) las elasticidades precio de la demanda de exportaciones e importaciones y iv) las elasticidades ingreso de las exportaciones y las importaciones. En estas circunstancias, la condición Marshall-Lerner establece que el país atrasado crecerá si devalúa su tipo de cambio y si la elasticidad del ingreso de la demanda de las exportaciones y las importaciones es mayor que 1.

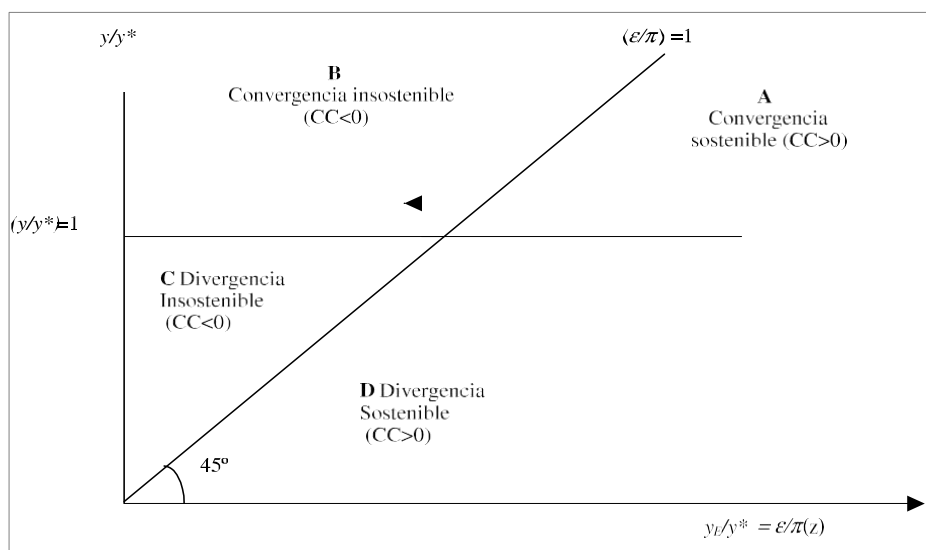
Convergencia sostenible en un modelo de crecimiento con restricción externa

¿Qué condiciones permitirían que un país atrasado y el desarrollado converjan en una situación de crecimiento con restricción externa del país atrasado? Cuando la condición Marshall-Lerner no se cumple porque el país atrasado decide mantener un tipo de cambio estable dado que entiende el principio de que la paridad del poder de compra se verifica sólo en el largo plazo, la convergencia entre éste y el país desarrollado sólo será posible si

el país atrasado crece a una tasa más elevada que la del país líder debido a que la elasticidad ingreso de sus exportaciones es mayor que la elasticidad ingreso de sus importaciones.

¿Qué factores contribuyen a configurar las elasticidades ingreso de las exportaciones y las importaciones? Partiendo de la —Ley de Thirwall^{Nota3}, se supone que el desarrollo es una función monótona creciente del grado de diversificación de la estructura productiva hacia sectores más intensivos en tecnología. La Ilustración 1 describe este tipo de diversificación y ayuda a explicar en qué consiste una —convergencia sostenible

Ilustración 1. Convergencia, divergencia y la regla de 45°



Fuente: CEPAL (2007: 18)

En esta figura, el eje de las ordenadas representa la tasa relativa de crecimiento efectiva entre un país atrasado y un país desarrollado; el eje de las abscisas simboliza la tasa relativa de crecimiento con equilibrio externo; y la línea de 45° representa los puntos en que coinciden la tasa efectiva y la tasa de equilibrio (donde el saldo en cuenta corriente es igual a cero). Los dos países convergirán cuando la tasa efectiva es mayor a 1, dado que en ese

caso la economía atrasada crecerá más que la desarrollada. Sin embargo, los puntos de convergencia sólo son sostenibles cuando no generan saldo comercial negativo. En la figura 1, esta condición se cumple sólo en el área A, porque los demás puntos de convergencia suponen endeudamiento creciente.

En el caso de la región B, la convergencia no es sostenible porque en algún momento el país atrasado deberá pagar su deuda o porque el financiamiento externo será cada vez más caro y escaso. En este caso, la economía del país atrasado tendrá que aplicar mecanismos de ajuste y crecer según la restricción externa.

Las regiones C y D incluso son peores para el país atrasado. En el caso de la región C ni siquiera el endeudamiento del país atrasado le permitirá disminuir la brecha con el país desarrollado, porque una combinación de brecha tecnológica muy amplia con estructura productiva poco dinámica hacen que el país atrasado tenga una competitividad tan débil que cualquier aumento de su tasa de crecimiento inmediatamente se traducirá en una serie de desequilibrios que desestabilizan y frenan dicho proceso de crecimiento. En el caso de la región D, por estar pagando deudas acumuladas, el país atrasado no explota plenamente su potencial de crecimiento y se ve obligado a transferir recursos al exterior o a acumular reservas para enfrentar un potencial ataque especulativo.

En suma, la gráfica 1 muestra que la convergencia sostenible de un país desarrollado con un país atrasado, la cual es compatible con el equilibrio externo, depende de las elasticidades ingreso de las exportaciones e importaciones del país atrasado, las cuales a su vez están en función del grado de diversificación productiva que ha alcanzado.

Determinantes de la especialización internacional

Hasta aquí se ha aceptado que la especialización internacional depende del progreso tecnológico y del cambio estructural. Sin embargo, se desconoce la dinámica de dichos procesos. En este apartado se explica cómo incide el cambio estructural en la competitividad internacional de los países atrasados. El modelo ricardiano del comercio internacional permite analizar la relación que se establece entre diversificación productiva, tecnología y convergencia. En la versión de Dornbuschet al. (1977), la estructura básica de este modelo dibuja una economía mundial de dos países, un líder tecnológico y un seguidor (tecnológicamente rezagado) que intercambian una serie de bienes. Esta economía tiene las siguientes características:

- En esta economía cada país produce un bien con una determinada cantidad de trabajo y de productividad. Así, mientras mayor sea la productividad relativa del país seguidor respecto de la del líder tecnológico, mayor será su ventaja competitiva, y viceversa.
- Si los bienes de esta economía mundial se ordenan según la ventaja comparativa que tienen ambos países al producirlos, se obtiene una curva de productividades relativas donde el primer bien es aquel en el cual la ventaja comparativa del país seguidor es máxima, y el último bien, es aquel en el cual la ventaja comparativa del líder tecnológico es la mayor. Esta curva tiene una inclinación negativa respecto a la cantidad de bienes producidos por el país seguidor.

- Como en esta economía el costo de producción depende del salario nominal, de la tasa de cambio nominal y del precio del bien en cuestión, un bien será producido por el país seguidor si su precio es igual o menor que el que tiene en el país líder.

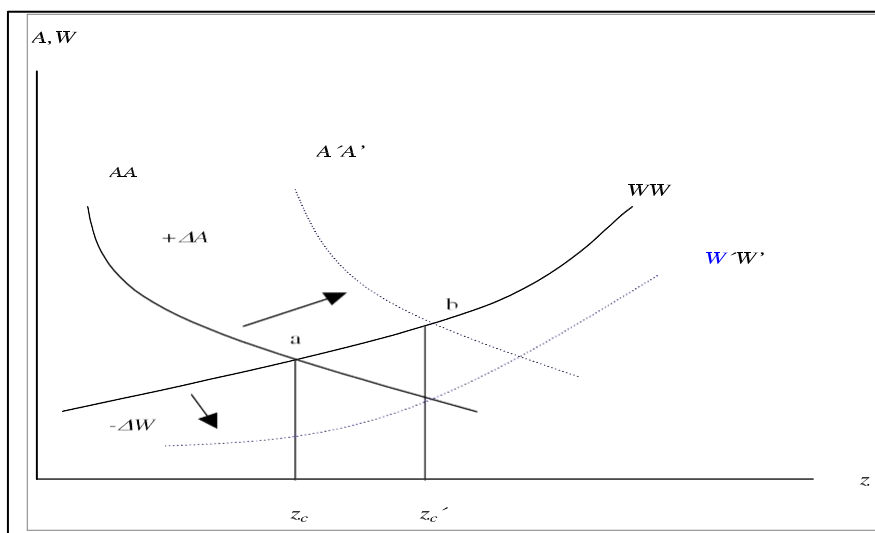
Así, en una economía mundial con estas características, el país seguidor puede diversificar su economía por dos vías:

a) **Aumentando su productividad relativa.** En efecto, si el país seguidor reduce su brecha de productividad mejorando sus capacidades tecnológicas, habrá cambiado su patrón de inserción externa porque será capaz de producir más bienes con un salario relativo más alto. Algunos autores han denominado a este fenómeno —competitividad auténtica, porque el país seguidor aumenta su participación en los mercados a la vez que experimenta un aumento del salario relativo.

b) **Disminuyendo su salario relativo.** Un país seguidor también puede optar por diversificar su economía sin aumentar la productividad, pero esto se logra solamente disminuyendo los salarios relativos de su economía. A esto se le conoce como —competitividad espuria. Cimoli (1988) demostró que una diversificación económica de este tipo depende del —multiplicador de la brecha tecnológica, es decir, de qué tan lejos esté el país seguidor del líder tecnológico. Si es un seguidor —cercano, un cambio pequeño en sus salarios relativos llevará a cambios importantes en su especialización. En contraste, si es un seguidor —lejano, la disminución de su salario relativo no impactará mucho en la competitividad externa de su economía.

La Ilustración 2 describe estos cambios en el patrón de especialización. El movimiento de AA hacia A'A' ejemplifica una diversificación del país seguidor por la vía del aumento de la productividad relativa; mientras que el traslado de la curva WW hacia la curva W'W' muestra una diversificación del país seguidor mediante la disminución del salario relativo.

Ilustración 2 El modelo Ricardiano



Fuente: Holland y Porcile (2005: 44)

Incidencia de la brecha tecnológica

Por tanto, para entender el patrón de especialización del país seguidor debe explicarse la naturaleza del movimiento de las curvas AA y WW. En este trabajo sólo se aborda el papel de la productividad en el cambio estructural de los países seguidores, porque ya se ha establecido que diversificar la economía a través de disminuir los salarios sólo reporta —competitividad espuria—. Desde este punto de vista, dos variables explican la productividad relativa con que cada bien es producido: i) la brecha tecnológica, o sea, la relación entre los acervos de conocimientos del líder tecnológico y del país seguidor. Esta

variable indica que mientras menor sea la productividad relativa del país seguidor respecto de la del líder tecnológico mayor será la brecha tecnológica; y ii) la intensidad tecnológica con que se produce cada bien, porque se supone que el país seguidor es más eficiente en producir bienes de menor intensidad tecnológica, y viceversa. La pendiente negativa de la curva AA indica la dificultad que tiene el país seguidor para imitar, adaptar y usar eficientemente la tecnología, la cual es cada vez más compleja conforme dicho país diversifica su estructura productiva. Ahora bien, ¿qué factores afectan la evolución de la brecha tecnológica en el tiempo?

Primero, como se anunció anteriormente, la brecha tecnológica inicial, o sea, si el líder tecnológico se enfrenta a un seguidor lejano o cercano. Existen dos situaciones: a) en la primera, el país seguidor se encuentran tan rezagado tecnológicamente que es incapaz de imitar y sacar provecho de la tecnología del líder tecnológico. Por tanto, en estos casos, cuando mayor es la brecha inicial, más rápida y fácilmente el país seguidor quedará rezagado en la carrera tecnológica y b) en contraste, cuando se trata de un seguidor cercano, cuanto mayor es la brecha en el momento inicial, el país seguidor más rápidamente aprende y cierra la brecha en el tiempo. A diferencia del caso anterior, en éste la brecha inicial representa más una oportunidad que una desventaja, porque el país seguidor ya cuenta con las capacidades necesarias para actualizarse tecnológicamente.

Otra variable que afecta la evolución de la brecha tecnológica en el tiempo es la propia estructura productiva. Dado que los sectores intensivos en tecnología promueven el aprendizaje, las externalidades positivas y la difusión más que otros, su presencia afectará la evolución de la brecha tecnológica en el tiempo; o sea, los países seguidores, por

especializarse en sectores con baja intensidad tecnológica, amplían la brecha que los separa del líder tecnológico.

Un tercer elemento se refiere al apuntalamiento que recibe el aprendizaje tecnológico de las externalidades, el *learningbydoing*, el *learningbyusing* y la inversión en nuevas generaciones de bienes de capital. Si este aspecto es significativo y se conjuga con una economía poco diversificada del país seguidor (menor peso de los sectores intensivos en tecnología), dicho país quedará más rápidamente atrasado respecto al líder tecnológico.

Por último, cuando se trata de un país que puede impulsar el *catching up*, otro factor que afecta la brecha tecnológica en el tiempo es la inversión en ciencia y tecnología, educación, capital humano e instituciones promotoras de la difusión de conocimiento. A este conjunto de elementos actualmente se le denomina —Sistema Nacional de Innovación

Relación entre salarios y especialización

Los salarios del país seguidor perfilan su especialización de distintas maneras, las cuales se describen a continuación.

Primero, el salario relativo depende de la brecha tecnológica, porque mientras más pequeña sea ésta mayor será la productividad relativa del país seguidor. En otras palabras, conforme se acorta la distancia tecnológica entre el país líder y el país seguidor, también declina la diferencia salarial entre ambos países. Esto se debe a que en estas circunstancias el aumento salarial del país seguidor no compromete su competitividad internacional.

Y segundo, el salario relativo en el país seguidor también depende de su diversificación productiva, porque al aumentar ésta en el país seguidor la producción se expande y la demanda de trabajo se estimula.

Gráficamente, una especialización de equilibrio en el país seguidor puede verse en el Gráfico 2 Cambio en participación de sectores difusores de conocimiento en la industria entre 1970 y 2000 donde se cruzan las curvas AA y WW, porque en ese punto tanto el país líder como el seguidor respetan exactamente sus ventajas competitivas y no fomentan el traslado de la producción de uno de sus bienes de un país a otro.

Paralelamente, una economía internacional de este tipo experimenta un proceso de cambio estructural en el país seguidor, porque éste puede producir más bienes en los sectores de mayor intensidad tecnológica.

El análisis empírico

El análisis anterior sugiere claramente que para analizar el papel de AL en la economía internacional se debe tomar en cuenta tanto la intensidad tecnológica como el cambio estructural, porque existe una relación entre cambio tecnológico, cambio estructural y crecimiento.

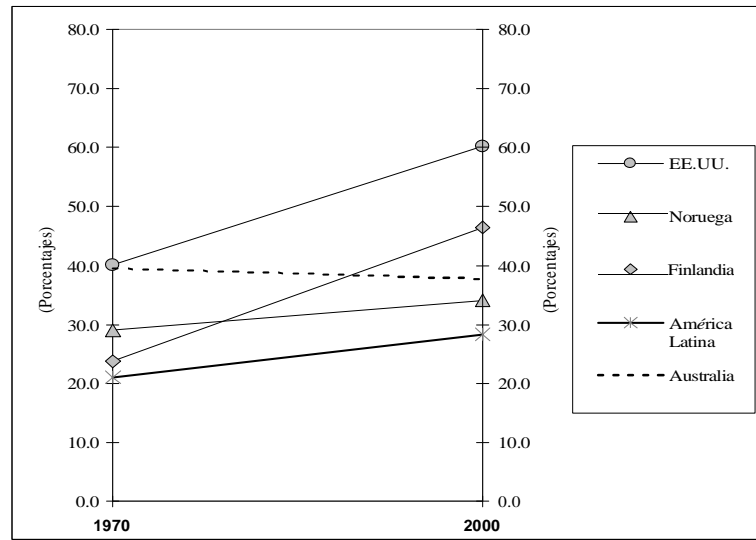
Entre otros trabajos Cimoli et al. (2006) han analizado comparativamente el papel de AL en el comercio internacional en el período 1970-2000 con este marco teórico. Para hacerlo, han utilizando las siguientes variables: i) intensidad del cambio estructural: cambio en la participación de los sectores que difunden conocimiento en el valor total de la industria

manufacturera, ii) disminución de la brecha de productividad del trabajo en la industria manufacturera respecto a Estados Unidos, iii) gasto en I+D como porcentaje del PIB, iv) patentes acumuladas por habitante otorgadas a residentes de cada país en Estados Unidos, v) cambio en el patrón de especialización internacional: índice de adaptabilidad y vi) tasa de crecimiento económico. Esta comparación incluye 17 países: 7 de AL, AL en su conjunto, Estados Unidos (EU), países de reciente industrialización y países desarrollados especializados en recursos naturales.

Restricciones de espacio impiden revisar a profundidad los hallazgos empíricos arrojados por investigaciones de este tipo. Por lo cual a continuación se presentan sólo los hechos estilizados más representativos.

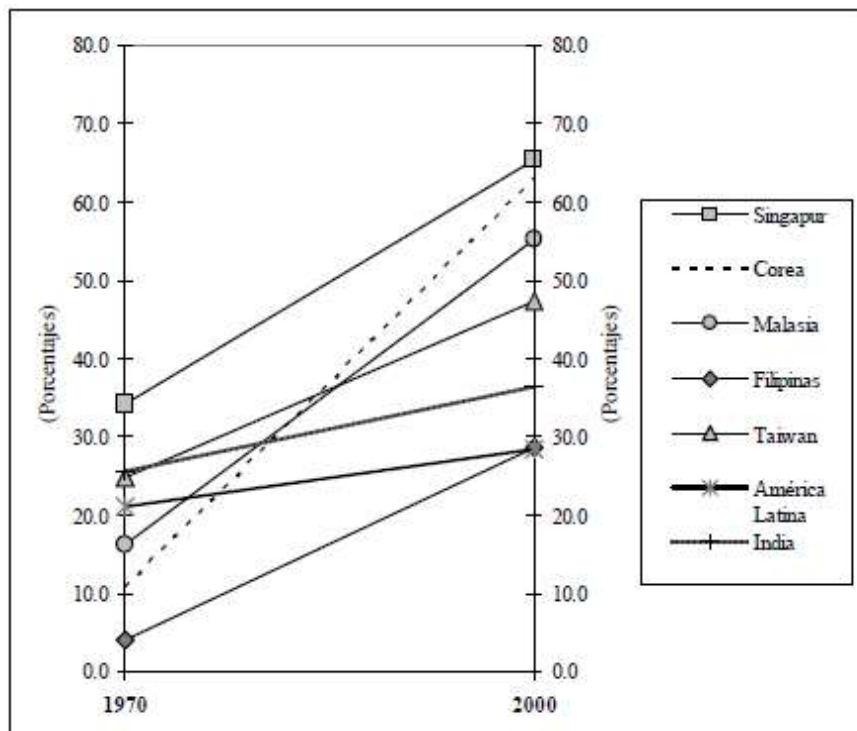
Primero, se encuentra que el cambio estructural está altamente correlacionado con el crecimiento, con el esfuerzo tecnológico y con la adaptabilidad. En otras palabras, se verificó que los países con mayor cambio estructural fueron los que más crecieron y los que más se especializaron en sectores dinámicos invirtiendo en tecnología. **El Error! No se encuentra el origen de la referencia.** Gráfico 1 Cambio en participación de sectores de conocimiento en la industria entre 1970 y 2000 (porcentajes). Gráfico 2 Cambio en participación de sectores difusores de conocimiento en la industria entre 1970 y 2000 Ilustran este fenómeno a través de registrar la participación de los sectores difusores de conocimiento en la industria, comparando primero a AL con países desarrollados, después con los países de reciente industrialización y por último con algunos de los países que la conforman.

Gráfico 1 Cambio en participación de sectores de conocimiento en la industria entre 1970 y 2000 (porcentajes).



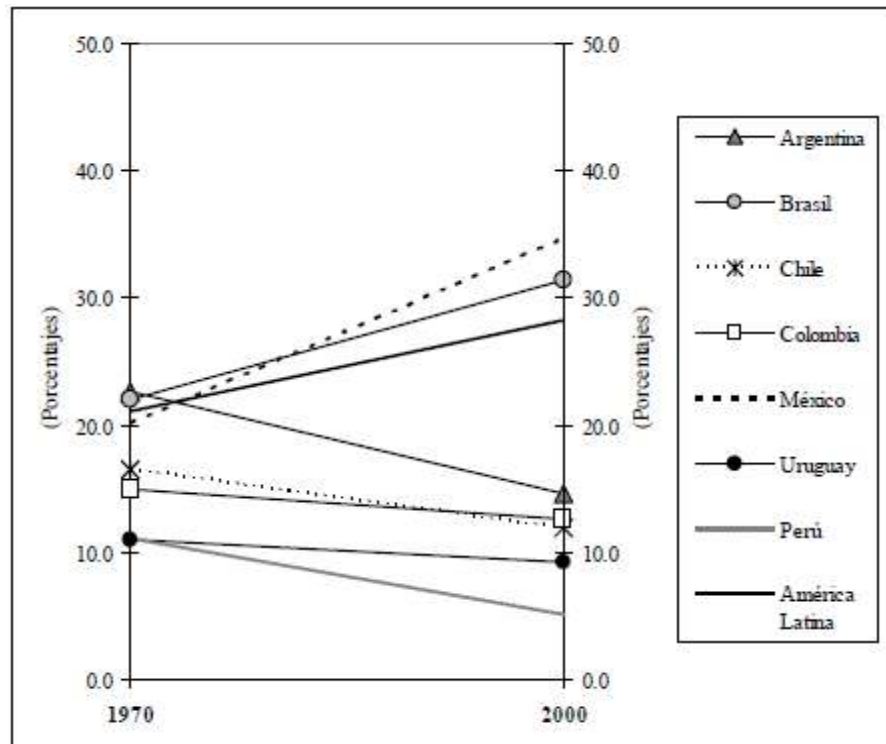
Fuente: Cimoli et al. (2006: 16)

Gráfico 2 Cambio en participación de sectores difusores de conocimiento en la industria entre 1970 y 2000



Fuente: Cimoli et al. (2006: 16)

Gráfico 3 AL Cambio en participación de sectores difusores de conocimientos de la industria entre 1970 y 2000



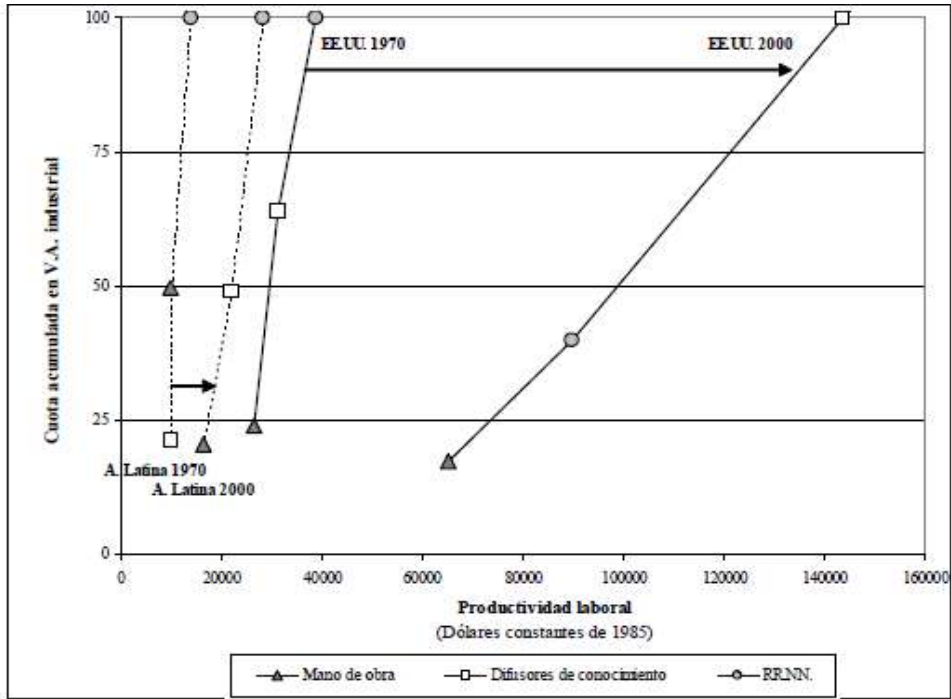
Fuente: Cimoli et al. (2006: 16)

De estas gráficas se desprenden los siguientes hechos estilizados: a) en el período 1970-2000, EU, Finlandia, Taiwán, Corea, Singapur y Malasia fueron los países donde más se incrementó la participación de los sectores difusores de conocimiento en la industria manufacturera, b) en contraste, en AL la variación del peso de los sectores difusores de conocimiento en la industria manufacturera (la intensidad de su cambio estructural) fue poco significativa (pasó del 21.1% al 28.3%), por lo que el peso de los sectores intensivos en recursos naturales ha mantenido su liderazgo y c) dentro de AL, hay resultados mixtos: la gráfica 3 muestra que en Argentina, Colombia, Perú y Uruguay los sectores difusores de

conocimiento reducen su peso en la industria manufacturera; mientras que en Brasil y en México dichos sectores adquieren más relevancia.

El cambio estructural de AL también se puede analizar tomando en cuenta la —cuota acumulada industrial‖ (participación acumulada de los sectores económicos en la generación del valor agregado industrial) y la productividad del trabajo de esos mismos sectores. Los **Gráfico 4** Cambio estructural y productividad en América Latina y Estados Unidos, 1970 y 2000 (porcentaje y dólares). **Gráfico 5** Cambio estructural en Brasil y Corea 1970 -2000 (porcentajes y dólares)**Gráfico 6** Cambio estructural en México y Corea, 1970-2000 ilustran de manera comparativa la evolución del cambio estructural de AL desde este enfoque, colocando en el eje de las ordenadas la participación acumulada de los sectores intensivos en recursos naturales, intensivos en mano de obra y difusores de conocimiento en dos momentos, en 1970 y en 2000; y en las abscisas los valores de la productividad del trabajo. Así, los desplazamientos de las curvas hacia la derecha ilustran el crecimiento de la productividad en el período 1970-2000 de cada país para cada sector industrial.

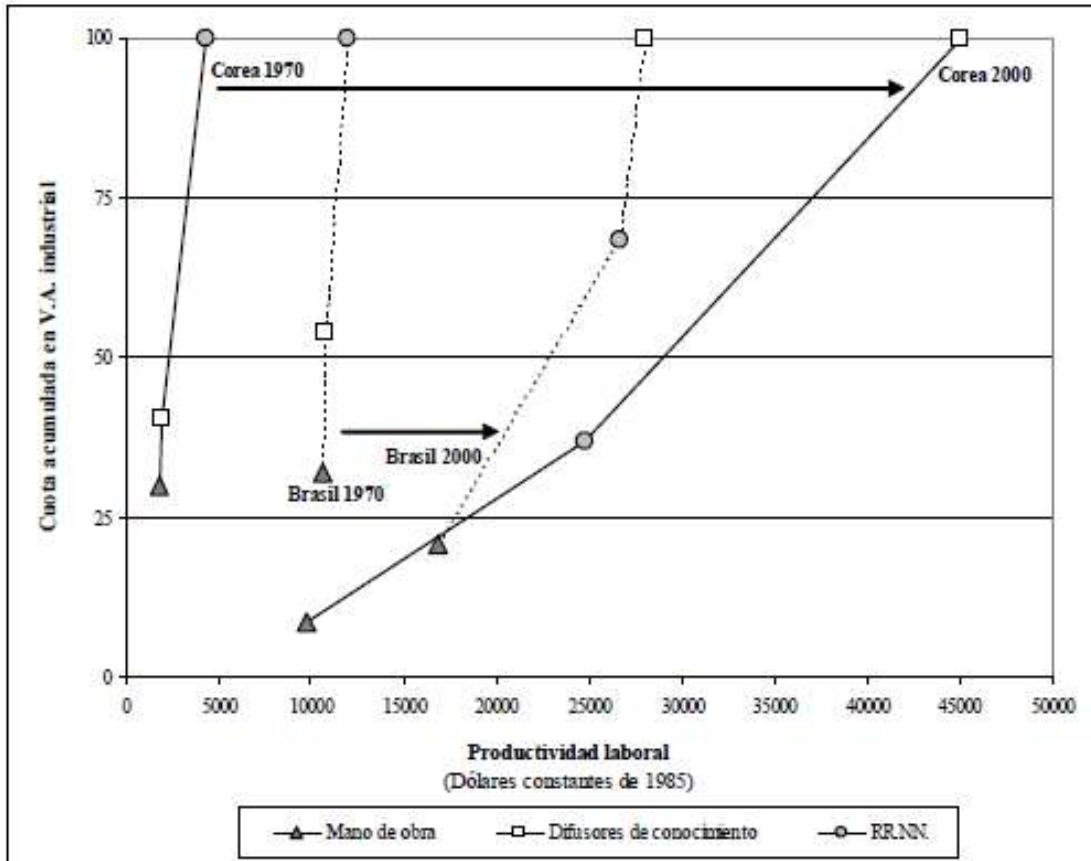
Gráfico 4 Cambio estructural y productividad en América Latina y Estados Unidos, 1970 y 2000 (porcentaje y dólares)



Fuente: Cimoli et al. (2006: 19)

Gráfico 5 Cambio estructural en Brasil y Corea 1970 -2000 (porcentajes y dólares)

Gráfico 6 Cambio estructural en México y Corea, 1970-2000



Fuente: Cimoliet *al.* (2006: 19)

(Porcentajes y dólares)

Fuente: Cimoliet *al.* (2006: 19)

El **Gráfico 4** Cambio estructural y productividad en América Latina y Estados Unidos, 1970 y 2000 (porcentaje y dólares) compara el cambio estructural de AL en el período

respecto a EU. Esta gráfica muestra que las trayectorias de crecimiento de EU y AL en el período 1970-2000 son muy distintas. Por un lado, en esos 30 años EU dio un gran salto en su productividad y experimentó un cambio estructural notable, donde los sectores intensivos en mano de obra y en recursos naturales disminuyeron su participación en el valor agregado total de la industria manufacturera mientras que el sector difusor de conocimiento llegó a contribuir con el 60% del valor agregado industrial. La acción simultánea de estos dos fenómenos (aumento de la productividad y cambio estructural) permitió que EU abandonara un patrón de especialización basado en el uso de recursos naturales y adoptara un modelo basado en la creación de conocimiento y en la formación de capital tangible. En contraste, en el mismo período AL experimentó un pequeño aumento de su productividad, pero su sector más productivo y que más contribuye al valor agregado manufacturero total sigue siendo el intensivo en recursos naturales. Es pertinente acotar que si bien en este período aumentó el peso y la productividad del sector difusor de conocimiento en AL, ese aumento se debe al papel de Brasil y de México y que dicho incremento es muy modesto comparado con el experimentado por EU.

Los **Gráfico 5** Cambio estructural en Brasil y Corea 1970 -2000 (porcentajes y dólares) y **Gráfico 6** Cambio estructural en México y Corea, 1970-2000 comparan el cambio estructural de Brasil y México en el período respecto al que experimentó Corea. Estas gráficas muestran igualmente que el cambio estructural y el aumento de la productividad de los países de AL más —exitosos— en el período son modestos si se comparan, ya no con EU, sino con —el tigre asiático—.

Estas gráficas ilustran que, al igual que EU, en este período Corea experimentó un gran salto en cuanto a productividad y un cambio estructural impresionante en su industria

manufacturera. Para empezar, este país disminuyó considerablemente la participación de su sector intensivo en mano de obra en el valor agregado de la industria manufacturera en su conjunto; recortó en casi 20% la participación de su sector intensivo en recursos naturales y aumentó casi al 65% la participación del sector difusor de conocimiento. Este notable cambio estructural fue acompañado por un aumento de la productividad de estos sectores, pero sobre todo en el sector difusor de conocimiento. La estrategia de desarrollo coreana, que permitió este desempeño de la productividad y el cambio estructural, se basó en la creación y acumulación de competencias técnicas, en orientar la industria hacia sectores estratégicos identificados por el gobierno y en crear ventajas relativas en sectores con una demanda dinámica y en aumento.

México y Brasil, por su parte, mostraron en el período una trayectoria de crecimiento similar que impulsó cierto crecimiento de la productividad y algún tipo de cambio estructural. En el caso de México, el cambio estructural se refiere a una leve disminución de la participación de los sectores intensivos en recursos naturales y en mano de obra a favor de un pequeño aumento en la participación del sector difusor de conocimiento en el valor agregado total de la industria manufacturera. Este cambio estructural se vio acompañado del aumento en la productividad de los tres sectores (sobre todo en el intensivo en recursos naturales). Sin embargo, la gráfica muestra que ambos cambios son muy modestos comparados con los que experimentó Corea en el mismo período (ver la magnitud de ambas flechas). Por otra parte, a diferencia de Brasil, donde para aumentar la participación del sector difusor de conocimiento se recurrió a aumentar el tamaño del mercado y a aprovechar las políticas activas de los años 1970, en México para alcanzar este

mismo objetivo se recurrió a la Inversión Extranjera Directa y a impulsar la integración con los sistemas productivos globales.

En suma, la información ofrecida sugiere que, comparada con los países desarrollados y con países de reciente industrialización, AL: i) tiene niveles de participación de los sectores difusores de conocimiento más bajos, ii) la participación de este sector ha aumentado menos en el tiempo y parece corregirse en el mediano plazo y iii) se ha rezagado en cuanto a cambios en la productividad. Todos estos factores, conjugados con la escasa inversión en tecnología, en I+D y en generación de patentes, son dignos de tomarse en cuenta para explicar el estancamiento económico de la región en los últimos 40 años.

CONCLUSIONES

Aunque un trabajo como este no puede pretender llegar a conclusiones definitivas, en esta sección señalamos algunos temas destacados que se desprenden de las secciones anteriores.

A nivel teórico, y siguiendo a Schumpeter, se puede decir que las modernas teorías del desarrollo (incluido el modelo presentado en este trabajo) establecen que en el largo plazo el desarrollo económico se alimenta del progreso técnico y del cambio estructural promovido por éste. Por tanto, para explicar el desarrollo económico de un país o región en el largo plazo es preciso revisar si su cambio estructural se orienta hacia los sectores promotores del progreso técnico. Al poner al progreso técnico en el centro de la explicación del desarrollo económico implícitamente se acepta, por una parte, que la disponibilidad de recursos (naturales y de mano de obra) es insuficiente para impulsar el desarrollo

económico^{Nota4}, y por otra, que el crecimiento económico sostenible depende fuertemente de la capacidad de innovación y de aprendizaje de los agentes.

Así se llega a establecer que, para desarrollarse y para disminuir la brecha tecnológica y económica que los separa de los países avanzados, los países atrasados deben ser capaces de transformar su estructura productiva de tal manera que los sectores difusores de conocimiento tengan un mayor peso en la industria manufacturera, porque hechos estilizados han mostrado que dichos sectores tienen —efectos de arrastre y estimulan la inversión en tecnología y la competitividad internacional, elementos que impulsan tanto el crecimiento de la productividad como la reducción del desempleo y de la heterogeneidad estructural.

Por otra parte, el presente trabajo ha ofrecido evidencia empírica que muestra que, comparado con el de las economías más exitosas (Estados Unidos y Corea, por ejemplo), en los últimos 40 años el peso de los sectores difusores de conocimiento, del aumento de la productividad y del esfuerzo tecnológico en AL se ha mantenido en niveles muy bajos. Este hecho estilizado parece ser un elemento importante para explicar el escaso desarrollo económico experimentado por la región en este período.

Sin embargo, los casos de Brasil y México muestran que es posible impulsar estrategias para disminuir las brechas tecnológica y económica respecto de los países desarrollados. Por tanto, un pendiente prioritario es profundizar en el estudio de más casos latinoamericanos y en la comparación con otros países para identificar los elementos

exitosos que comparten las estrategias de países que han podido impulsar procesos de convergencia.

Notas

[Nota1](#) El modelo de Solow establece lo siguiente: i) a largo plazo, la economía alcanza el estado estacionario que es independiente de las condiciones iniciales, ii) el nivel de renta correspondiente al estado estacionario depende de las tasas de ahorro y de crecimiento de la población. Cuantos mayores sean dichas tasas, mayor y menor será, respectivamente, el nivel del estado estacionario de la renta per cápita, iii) la tasa de crecimiento de la renta per cápita del estado estacionario depende solo de la tasa de crecimiento tecnológico, iv) en el estado estacionario, el stock de capital crece a la misma tasa que la renta, de tal manera que la relación capital-renta es constante y v) en el estado estacionario, el producto marginal del capital es constante, mientras que el producto marginal del trabajo crece conforme a la tasa de progreso tecnológico (ver Mankiw, 1995: 277).

[Nota2](#). Los *modelos de crecimiento endógeno* introducen, en esencia, la posibilidad de alcanzar un equilibrio dinámico con tasas de crecimiento positivas no son explicadas por el crecimiento exógeno de la productividad global. En contraste, estos modelos afirman que el proceso de crecimiento sostenido es un fenómeno endógeno a la economía.

[Nota3](#). Parece haber consenso en que el comportamiento de las elasticidades de las exportaciones e importaciones depende del progreso técnico y de la estructura productiva. Sin embargo, mientras los estructuralistas, a través de la —Ley de Thirwall, postulan que las elasticidades están definidas por la estructura productiva, la economía convencional, a través de la —Regla 45°, señala que las elasticidades son un reflejo de la productividad total de los factores.

[Nota4](#) Esto por dos razones: i) porque no impulsa cambio estructural ni aumento de la productividad en toda la economía, lo cual deriva en desigualdad en la distribución del ingreso, empleos de mala calidad y heterogeneidad estructural y ii) expone al país a los vaivenes de la economía internacional.

BIBLIOGRAFÍA

CEPAL. (2004), Desarrollo productivo en economías abiertas, Santiago de Chile:

ONU/Cepal.

CEPAL. (2007), Progreso Técnico y Cambio Estructural en América Latina, Santiago de Chile: ONU/CEPAL.

CEPAL. (2012), Cambio Estructural para la Igualdad, Santiago de Chile: ONU/CEPAL.

- Cimoli, Mario *et al.* (2006), —Growth, Structural and Technological capabilities. Latin America in a Comparative Perspective, Working Paper Series. Laboratory of Economics and Management SantAnnaSchool of Advanced Studies
- . pp. 1-32
- Dornbusch, Rüdiger *et al.* (1977), —Comparative Advantage, Trade and Payments in a Ricardian Model With a Continuum of Goods, *American Economic Review*, Vol. 67, pp. 823-839.
- Dosi, Giovanni, Keith Pavitt y Luc Soete. (1990), *The Economic of Technical Change and International Trade*, London and New York: Harvester Wheatsheaf Press/New York University Press.
- Easterly, W. (2001), —_The Lost Decades: Developing Countries' Stagnation In Spite of Policy Reform, 1980-1998, Working Paper, World Bank, February.
- Freeman, Christopher. (1963), —The Plastic Industry: a Comparative Study of Research and Innovation, *National Institute Economic Review*, No. 26, pp. 22-62
- Hirsch, Seev. (1965), —The US Electronics Industry in International Trade, *National Institute Economic Review*, No. 34, pp. 92-97.
- Hirschman, Albert. (1958), —Generalized Linkage Approach to Development, With Special Reference to Staples, *Economic Development and Change*, Vol. 25. pp. 67-98.
- Holland y Porcile (2005), —Brecha Tecnológica y Crecimiento en América Latina, en: CEPAL. (2005), *Heterogeneidad Estructural, asimetrías tecnológicas y crecimiento en América Latina*, Santiago de Chile: ONU/CEPAL, pp. 40-71.
- Lewis, W. Arthur. (1953), *Report on Industrialization and The Gold Coast*, Accra: Government Printer.
- Maddison, Angus. (1995), *Monitoring the World Economy, 1820-1992*, Paris: OCDE.
- Mankiw, N. G. (1995): —The Growth of Nations, *Brookings Paper on Economic Activity*, The Brookings Institution, Vol. 26(1), pp. 275-326.

- Myrdal, Gunnar. (1956), *The Political Element in the Development of Economic Theory*, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Nurske, Ragnar. (1953), *Problems of Capital Formation in Underdeveloped Countries*, Nueva York: Oxford University Press.
- Pinto, Aníbal. (1970). —Heterogeneidad estructural y modelo de desarrollo reciente de la América Latina, en: *Inflación, raíces estructurales: Ensayos*, México: FCE, pp. 104-140.
- Posner, Michael. (1961), —International trade and technological change, *Oxford Economic Paper*, vol. 13 (3), pp. 323-341.
- Prebisch Raúl. (1950), *the Economic Development of Latin America and its Principal Problems*, Nueva York: ONU.
- Ray, Debraj. (2000), —What's new in development economics? *American Economists*, Vol. 44 (2), pp. 3-16.
- Roomer, Paul. (1990), —Endogenous technological change, *Journal of Political Economy*, vol. 98 (5), pp. 71-102.
- Schumpeter, Joseph. (1934), *the Theory of Economic Development*, Cambridge: Harvard University Press.
- UNCTAD. (2003), *Trade and Development Report, 2003. Capital Accumulation, Growth and Structural Change*, New York: ONU.
- Vernon, Raymond. (1966) —International investment and international trade in the product cycle, *Quarterly Journal of Economics*, vol. 80, pp. 190-207.

El papel de la educación en el crecimiento económico. Un análisis del sector educativo como empleador de los profesionistas

Dra. Diana Xóchitl González Gómez

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

E-mail: diana_xgg@hotmail.com

Dra. Angélica María Vázquez Rojas

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

E-mail: callinalli@yahoo.com.mx

Resumen

En este documento se analiza la cobertura de la educación superior en México de 2000 a 2008 y la población ocupada que se emplea en el sector educativo por entidad federativa. Se parte de la premisa que el sector de la educación es uno de los principales empleadores de los trabajadores con nivel profesional, y que en esto radica la importancia de la economía de la educación. El estudio se realiza mediante un análisis estadístico a nivel nacional, con base en los Censos de Población y Vivienda y los Sistema de Cuentas Nacionales de México del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el Data Centre de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en el Consejo Nacional de Población (CONAPO), en las Estadísticas del Banco de México (BANXICO) y de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). La evidencia empírica muestra que el sector educativo absorbe una gran parte de los egresados de la educación superior, pero éste comportamiento se observa únicamente en ciertas entidades del país, cuyo crecimiento económico es menor al resto de las entidades.

Palabras Clave: I 250: Educación y Desarrollo, J230: Demanda de trabajo, J24: Capital Humano.

Introducción

La teoría del capital humano muestra el papel de la educación en el crecimiento económico, aunque ya desde el siglo XVIII se hablaba de la importancia de la educación en la sociedad; es en la década de los años sesenta, cuando Schultz (1963) introduce el concepto de capital humano en la economía, no como un gasto sino como una inversión; por lo que la elección sobre los estudios de educación superior estará determinada por los costos individuales y por los beneficios que resulten de mejores oportunidades de empleo y de un mayor nivel de ingreso. Desde hace más de un siglo, los principales teóricos han fundamentado en el progreso técnico, el capital humano y la innovación, el crecimiento económico de los países.

La literatura sobre la teoría del crecimiento económico es muy amplia, aquí se expondrán algunas de las ideas principales que esta teoría tiene en relación al capital humano. Solow (1956) desarrolla el modelo teórico de crecimiento con capital y trabajo; Mankiw, Romer y Weil (1992) muestran que son mayores los efectos del ahorro y el crecimiento poblacional que lo que propuso Solow, para lo cual, incluyen el capital humano mientras que Solow únicamente consideraba al capital físico. Mankiw Romer y Weil (MRW) demuestran que la acumulación de capital físico y el crecimiento de la población tiene mayores impactos sobre el ingreso cuando se considera la acumulación de capital humano, y también porque

si no es así, habría un sesgo en los estimadores debido a la correlación que presenta con la tasa de ahorro y la tasa de crecimiento poblacional.

De acuerdo a Ros (2004), Romer ha criticado la propuesta de MRW, al afirmar que si las diferencias en la dotación de capital humano son tan amplias como para explicar gran parte de las brechas observadas en los ingresos, entonces los salarios del trabajo calificado y los rendimientos de la educación en los países pobres deberían ser muy superiores a los observados, y Phelps critica la importancia que MRW otorgan a las diferencias en la escolaridad como una fuente de diferencias en el producto por trabajador y como una medida de las brechas de capital humano entre los países.

Solow (1994) considera que la parte fundamental de la teoría del crecimiento endógeno es precisamente considerar endógeno al componente del progreso tecnológico como parte integral de dicha teoría; el pionero de esta formulación es Romer y le han seguido también Grossman y Helpman y otros más durante la década de los noventa.

Mucho tiempo antes, Schumpeter (1967) con su teoría de los ciclos económicos confiere un atributo primordial a la innovación desarrollada por los empresarios; sin embargo, Aghion y Howitt (1992) dieron mayor precisión a los aportes schumpeterianos mediante un modelo formal de habilidades de innovación, que conducirán a un mayor crecimiento; destinar más recursos a investigación y desarrollo, permitirán mayores innovaciones y por tanto la tasa de crecimiento del factor residual será mayor.

Jones (1995) aborda la inclusión de la investigación y desarrollo (I&D) como las variables que inciden en el crecimiento económico, tratadas de manera endógena. Kremer (1993)

explica el crecimiento endógeno relacionando la tasa de crecimiento poblacional con el progreso tecnológico. Lucas (1988) analiza los modelos neoclásicos de crecimiento y trata al capital humano como un factor productivo, plantea la hipótesis de que a mayores cantidades de capital humano medible (sea escolaridad o experiencia) se incrementa la productividad total de los factores, y este el grado de intensidad de las externalidades del capital humano.

De acuerdo a Lange y Topel (2006), Kaldor relacionó la educación con el crecimiento económico; por un lado, mostró que la mayoría de los países han experimentado un crecimiento sostenido sobre varios periodos de tiempo, por ejemplo, el crecimiento del ingreso per cápita tiene un promedio de 1.75 por ciento por año durante el siglo XX, y por otro lado, la relación capital-trabajo es estable entre países, tanto ricos como pobres.

En este trabajo nos centraremos en analizar la educación como motor de crecimiento en México, en particular, sobre la educación de nivel superior. Pero, ¿por qué analizar la educación desde un punto de vista económico?, Según Carnoy (2006) una de las respuestas estriba en que los individuos pueden tener acceso o no a la educación, sea pública o privada; y en esa oportunidad de acceder al sistema educativo deben contemplarse los costos asociados, por un lado, los individuales o familiares, y por otro lado, un costo que asume la sociedad mediante las contribuciones que realiza al erario público. Otra razón es que se muestra una relación positiva entre la educación y el ingreso y por ende, con el crecimiento económico de un país. Y como tercer punto, visto desde el mercado laboral, se piensa que el sistema educativo es uno de los empleadores más importantes de trabajadores calificados.

En resumen, el objetivo de este documento es indagar sobre el gasto que se ejerce en la educación superior y la relación con la cobertura; así como en el comportamiento de la población ocupada con estudios profesionales en México.

Desarrollo

Mediante un análisis descriptivo y estadístico de los indicadores de educación superior, grado de cobertura, gasto público en educación como porcentaje del PIB, así como el análisis del PIB per cápita por entidad federativa se examina el predominio de los trabajadores de la educación en los estados de México que presentan menores niveles de crecimiento del producto. De acuerdo a Checchi (2008) la cobertura se define como la tasa entre el número de inscritos de un determinado nivel de educación entre la población en edad de estudiar de esa misma cohorte generacional. En México, la cobertura de la educación superior es considerablemente mayor en el régimen público que en el privado. La tabla 1 muestra que la matrícula en instituciones privadas del nivel superior es alrededor del 20 por ciento.

En contraste, Chile inició en 1980 reformas que promovían la descentralización del sistema educativo y fomentaban la privatización (Gradstein, Justman y Meier, 2005); el éxito de este proceso se aprecia en que el 61 por ciento de la matrícula de nivel superior está en escuelas privadas. De la muestra de países latinoamericanos, México está situado en el nivel más bajo desde el año 2002 y hasta el último dato registrado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 2008.

Tabla 10 Indicadores de educación superior en países seleccionados de Latinoamérica y Estados Unidos.

El comportamiento de la cobertura de la educación superior ha sido casi constante durante el periodo de estudio en México, Argentina y Estados Unidos; no obstante, que se ha mantenido estable, la cobertura en México es la más baja de estos países (Gráfica 3 Porcentaje de cobertura de la educación superior en países seleccionados de Latinoamérica y Estados Unidos). Resalta el número de estudiantes inscritos en Chile y Brasil que ha ido en aumento a partir del año 2006.

Gráfica 3 Porcentaje de cobertura de la educación superior en países seleccionados de Latinoamérica y Estados Unidos

En la educación intervienen costos directos e indirectos pero no es sencillo cuantificar el valor total de la educación. Para analizar el costo individual o familiar de la educación se podría utilizar la información de las encuestas de ingreso-gasto; sin embargo, en este documento nos centraremos en examinar el costo social de la educación, identificado como el gasto público que destina el sector gobierno al sistema educativo.

En comparación con algunos países de América Latina, la economía mexicana es de las que mayor gasto público, como porcentaje del producto interno bruto (PIB), dedica a la educación; aunque por arriba de la estadística de México, se encuentra Argentina, Brasil y Belice (Gráfica 4 Gasto público en educación como porcentaje del PIB para países seleccionados de Latinoamérica y Estados Unidos.). Cabe precisar que Estados Unidos

destina más del 5 por ciento del PIB al gasto público en educación para todos los años seleccionados.

Gráfica 4 Gasto público en educación como porcentaje del PIB para países seleccionados de Latinoamérica y Estados Unidos.

De los treinta y tres países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), únicamente dos pertenecen a América Latina, Chile y México; en este último país, el gasto por estudiante en nivel bachillerato fue de 1600 dólares, mientras que en Estados Unidos fue de casi 8000 dólares en el año 1998 (Gradstein, Justman y Meier, 2005). Podría pensarse que la economía estadounidense destina un mayor gasto a la educación debido a que el sistema es mayoritariamente público, sin embargo, no es así, desde mediados del siglo XX ha propuesto un esquema descentralizado dejando la responsabilidad financiera y administrativa de la educación obligatoria, hasta dicho nivel, a los distritos locales.

Gráfica 5 Gasto público por estudiante de nivel superior como porcentaje del PIB per cápita para países seleccionados en Latinoamérica y Estados Unidos.

El gasto público en educación en México como porcentaje del PIB no sobrepasa el 5 por ciento y el escenario en los últimos años no es aliciente, ya que ha ido disminuyendo, y el gasto privado se ha mantenido constante entre 1 y 1.5 por ciento del PIB.

Otra dimensión en la que los sistemas educativos difieren es sobre el gasto que se ejerce en investigación y desarrollo, el cual no ha superado el 0.5 por ciento del PIB nacional. Gault (2001) define la investigación y desarrollo como la creación de nuevos conocimientos; las invenciones son el resultado de la investigación y desarrollo de un proceso formal de generación de conocimiento, y la innovación tecnológica se concibe como la creación de nuevos productos o el mejoramiento de los bienes y servicios que se comercian o se introducirán por vez primera, así como mejoras significativas en los procesos de producción y/o de distribución.

La innovación, por tanto, es un indicador estructural y si concebimos este como la inversión que se hace en la generación de conocimientos que pueden ser traducidos en progreso tecnológico a la economía, México, a diferencia de otros países latinoamericanos, destina un porcentaje poco significativo. Argentina el 0.51, Brasil el 1.10, Costa Rica el 0.32, Ecuador el 0.15, El Salvador 0.09, Guatemala 0.06, México 0.38, Panamá 0.20, Uruguay 0.42, y muy por encima de estos países latinoamericanos se encuentran los países desarrollados, por ejemplo, Estados Unidos destina el 2.72 por ciento del PIB al gasto en este rubro (UNESCO Institute for Statistics, 2010).

Gráfica 6 . Gasto público y privado en educación, como porcentaje del PIB en México, y gasto en investigación y desarrollo.

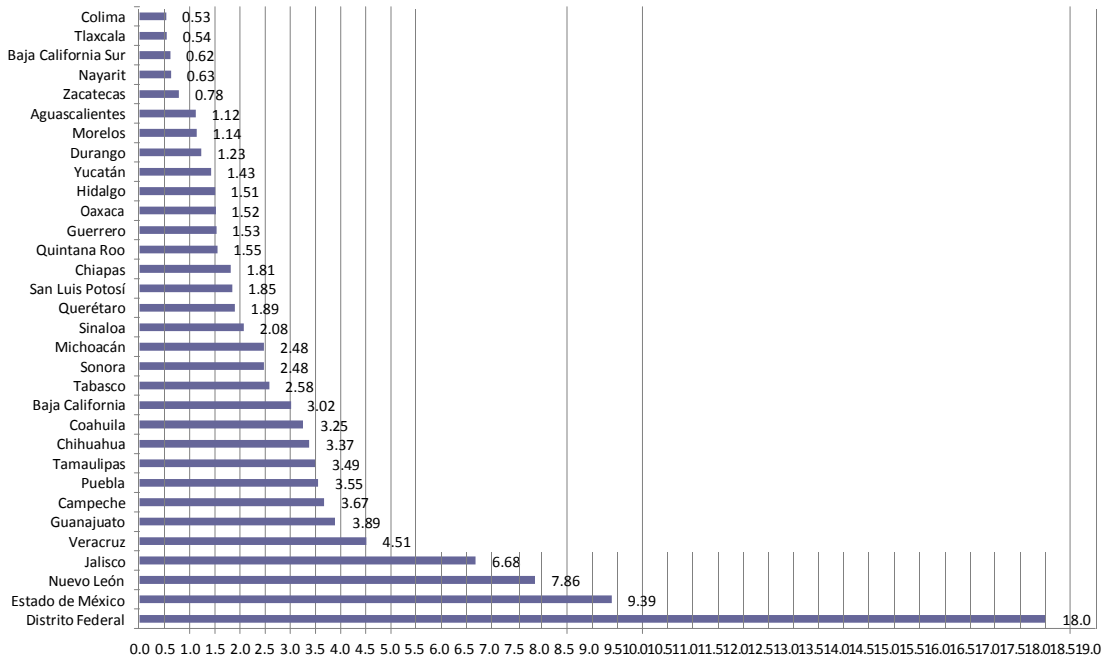
En relación al PIB de México, éste no ha crecido en forma sostenida. En 1995 y 2009 mostró una caída en su tasa de crecimiento de hasta el -6 por ciento, en 2001 cayó casi al -1

por ciento; aunque para el 2010 se tuvo un ligero repunte (Gráfica 7 Tasas de crecimiento del PIB en México para el periodo de 1994 a 2010 a precios del año 2003.).

Gráfica 7 Tasas de crecimiento del PIB en México para el periodo de 1994 a 2010 a precios del año 2003.

En este sentido, las entidades federativas que aportan una mayor participación al PIB en México son Distrito Federal, Estado de México, Nuevo León y Jalisco, la suma de sus aportaciones es casi del 42 por ciento. Por lo que prevalecen diferencias en el PIB per cápita del año 2008 entre los estados del país, como Chiapas, Oaxaca, Guerrero y Tlaxcala, que son los estados con un menor nivel de ingreso por habitante, entre 30 y 45 mil pesos (a precios del año 2003), mientras que Nuevo León y el Distrito Federal reportan un nivel de ingreso per cápita de entre 150 y 165 mil pesos (a precios del año 2003).

Gráfica 8 Porcentaje de participación de las entidades federativas en el PIB nacional, en el año 2008.



y Gráfica 9 . PIB per cápita en México por entidad federativa en el año 2008, a precios del año 2003.

¿Cuál es el comportamiento del gasto en la educación superior en los estados de la República Mexicana? Para responder esta interrogante, se calculó el gasto público que se ejerce como porcentaje del PIB. En 2008 el gasto público en educación fue de 173,497 mil millones de pesos, y el 34 por ciento se destinó a la educación superior de calidad de acuerdo a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

Tabla 11 Gasto de gobierno en la educación pública durante el año 2008 en México.

2008		
Educación Pública	\$ 173,497,800,000	100%
Función pública y buen gobierno	460,958,792	0.3%
Servicios de apoyo administrativo	6,281,355,215	3.6%
Educación básica de calidad	19,265,721,572	11.1%
Educación media superior de calidad	44,719,586,700	25.8%
Educación superior de calidad	58,984,549,886	34.0%
Educación de Postgrado de calidad	3,774,489,804	2.2%
Educación para adultos de calidad	4,213,736,360	2.4%
Cultura	8,904,760,447	5.1%
Deporte	1,509,739,332	0.9%
Diseño y aplicación de la política educativa	14,591,548,454	8.4%
Gestión integral de servicios	1,078,487,208	0.6%
Juventud	194,631,128	0.1%
Investigación en diversas instituciones de educación superior	7,170,825,902	4.1%
Previsiones de recursos de la Administración Federal	2,347,409,200	1.4%

El presupuesto destinado a la educación superior se clasifica por tipo de organismo o dirección que constituyen el sistema de educación superior en México. De acuerdo a la tabla 3, poco más del 47 por ciento de los recursos en 2008 se invirtió en las Universidades Públicas, únicamente el 2.15 por ciento a las escuelas tecnológicas, el 7.49 por ciento al Instituto Politécnico Nacional y más del 20 por ciento a la Universidad Nacional Autónoma de México; en resumen, más del 32 por ciento se destina solamente a las instituciones de educación superior que se encuentran en el Distrito Federal.

Tabla 12 Gasto público en educación superior de calidad en México por tipo de institución en el año 2008.

Del porcentaje de recursos destinado a las Universidades Públicas en las entidades federativas, excepto en el Distrito Federal, el estado de Colima es quien ocupa el primer lugar en el gasto público en educación superior como porcentaje del PIB en el 2008, con el 0.9 por ciento. Le siguen los estados de Zacatecas, Tlaxcala, Nayarit, San Luis Potosí,

Sinaloa, Yucatán y Puebla. Los demás estados ejercen un porcentaje que fluctúa entre el 0.1 y 0.4 por ciento. El Estado de México, Quintana Roo y Campeche tan sólo el 0.1 por ciento del PIB estatal a la educación de nivel superior.

Gráfica 10 Gasto público en educación superior como porcentaje del PIB por entidad federativa en México, en el año 2008.

En el ciclo de 2007 a 2008, la población escolar de educación superior en México se encuentra dividida de la siguiente forma: a) el 85.1 por ciento cursando licenciatura en Universidades y Tecnológicos, b) el 6.6 por ciento en estudios de posgrado, c) el 5 por ciento en educación normal y d) el 3.2 cursando estudios de técnico superior universitario y profesional asociado. En el mismo periodo, los tres estados que no reportan población escolar de este último tipo son: Baja California Sur, Durango y Oaxaca. En relación al tipo de régimen, el 67 por ciento de la población de este nivel educativo está en el sector público, y el resto en el privado.

Gráfica 11 Población Escolar de educación superior por tipo de régimen, público y particular, en el periodo 2007-2008.

De acuerdo a las razones que expone Carnoy (2006) para estudiar la educación desde un punto de vista económico, cabe precisar que al inicio del documento se expresaron algunas ideas relacionadas con el gasto público y privado, así como el comportamiento del PIB per cápita y su relación con la tasa de crecimiento de la matrícula y de la población en edad de estudiar el nivel superior. Por lo que se analiza éste último punto, el vínculo entre la educación superior y el sector laboral en los servicios educativos. En el año 1990, la población profesionista ocupada de 25 años y más, era de 1, 531, 805 habitantes en México,

y para el año 2000 era de 3, 234, 342. ¿Qué porcentaje de estos profesionistas se emplea en el sector educativo. De los más de un millón y medio de habitantes con estudios de nivel profesional en 1990, el 14.54 por ciento se empleó en la educación, y diez años después fue el 21.2 por ciento.

Durante el periodo analizado (1990 a 2000), en todos los estados se incrementó el porcentaje de los profesionistas ocupados en el sector de la educación. En promedio, en México el incremento fue del 6.6 por ciento (tabla 4). Sin embargo, en algunos estados el incremento de los profesionistas ocupados en dicho sector fue mucho mayor, casi el doble del incremento promedio. ¿Cuáles fueron estos estados? Resulta interesante encontrar que estos estados y sus incrementos son: Chiapas (13.5), Guerrero (9.93), Hidalgo (12.63), Michoacán (10.54), Oaxaca (11.97), Tabasco (12.42) y Veracruz (10.43).

Tabla 13 Población profesionista ocupada, trabajadores de la educación en México, por entidad federativa, en 1990 y 2000 en números absolutos y porcentajes.

Pero, ¿qué representa el hecho de que el sector educativo de estos estados esté empleando cada vez un mayor número de profesionistas?; una respuesta sería que la estructura productiva no era lo suficientemente amplia para emplear a estos profesionistas, es decir, el sector manufacturero no creó los empleos calificados necesarios para dar cabida a una cantidad creciente de profesionistas egresados en cada una de las entidades federativas del país, en mayor medida en los estados antes mencionados.

De manera coincidente, seis de las siete entidades federativas que tienen los mayores porcentajes de población con educación superior empleada en los servicios educativos, son

las que registran los menores Índices de Desarrollo Humano (IDH) según los datos proporcionados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). A saber, en el año 2004, el IDH en Chiapas fue de 0.7185, Oaxaca 0.7336, Guerrero 0.7390, Veracruz 0.7573, Michoacán 0.7575 e Hidalgo 0.7645. Además de que su PIB per cápita está por debajo del promedio nacional (gráfico 7). La metodología que emplea el PNUD para estimar el IDH, es incorporar la esperanza de vida al nacer en años, la tasa de alfabetización de adultos, la tasa bruta de matriculación (de educación primaria hasta licenciatura) y el PIB per cápita, para calcular el índice de salud, el índice de ingreso y el índice de educación.

Por otra parte, el incremento de los profesionistas ocupados en este sector educativo y que se clasifican en un nivel de ingreso de 5 a 10 salarios, no fue considerablemente alto para la mayoría de ellos. Mientras que, a nivel nacional el incremento promedio en este rubro fue de 25.28 por ciento, en Chiapas el incremento fue de 35.33 por ciento, en Guerrero el 18.87, en Hidalgo el 25.39, en Michoacán el 31.51, en Oaxaca 24.55, Tabasco el 36.05 y Veracruz el 21.89.

Aunque en la mayoría de estos estados el porcentaje de incremento de los profesionistas ocupados con un ingreso de 5 a 10 salarios, fue mayor al promedio, no fue del doble, como en el caso anterior donde el valor de los porcentajes era aproximadamente del doble en relación al promedio nacional; debido a que el resto de la población ocupada se ubican en trabajos de menos de 5 salarios, a pesar de ser profesionistas de la educación.

Tabla 14 Población profesionista ocupada, trabajadores de la educación en México con ingresos de 5 a 10 salarios mínimos, por entidad federativa, en 1990 y 2000 en números absolutos y porcentajes.

Por último, en el año 2005, la población con nivel profesional en México fue de 8341 662 habitantes, casi el 30 por ciento se encuentra en el Estado de México y el Distrito Federal. El análisis concluirá con el comparativo de los resultados mostrados hasta ahora, con los que se obtengan a partir del Censo de Población y Vivienda 2010 y 2020.

Conclusiones

La educación representa una de las fuentes de crecimiento de la economía, debido a los retornos positivos que genera a los individuos, las familias y a la sociedad. Aunque México es uno de los países que destina un mayor gasto por estudiante como porcentaje del PIB, la cobertura de la educación superior se ha mantenido constante durante varios años y muy por debajo de la tasa de cobertura observada en países latinoamericanos como Argentina, Chile, Brasil, así como de Estados Unidos.

La mayor parte de la educación superior que se ofrece en México es de carácter público, no obstante, el gasto que la Federación destina a este sector es limitado. En cada entidad del país, el gasto público en educación como porcentaje del PIB estatal no rebasó el 1 por ciento en 2008.

En relación a la hipótesis de Carnoy (2006) que considera al sector educativo como un empleador de la población ocupada con estudios profesionales, este comportamiento se observa en mayor medida en los estados de Chiapas, Oaxaca, Michoacán, Veracruz, Hidalgo y Guerrero, que como ya se mencionó, son aquellos que presentan un PIB per cápita más bajo con respecto al resto del país y además, obtuvieron, en promedio, uno de los menores índices de desarrollo humano en el año 2004. Sin embargo, no todos los

profesionistas empleados en este sector obtienen remuneraciones acorde con su nivel de estudios, al menos no es así en los estados antes mencionados, quienes se ubican en las regiones centro y sur del país y que son consideradas como de mayor rezago social y económico.

El sector educativo está empleando un gran porcentaje de población con estudios de nivel superior, empero, debe analizarse la razón de esta situación. Ya se dijo que probablemente una de las respuestas es que el sector industrial, en su mayoría la industria manufacturera, no ha tenido el auge económico suficiente para emplear a una creciente población en edad de trabajar, sin embargo, otra respuesta podría ser que los estudiantes en educación superior demandan cada vez más carreras cuya actividad está enfocada al sector de los servicios, que es donde se encuentra el sector educativo.

Finalmente, aun no se reconoce en México el beneficio que traería consigo la inversión en investigación y desarrollo, que se haría desde las instituciones educativas y que mediante la vinculación con el sector productivo se implementarían nuevos procesos, métodos y formas de producción que permitieran elevar la productividad de los trabajadores y condujeran a un mayor crecimiento económico.

Fuentes de consulta

Aghion y Howitt (1992), A Model of Growth through Creative Destruction, *Econometrical*, 60:2, 322-52.

Carnoy, Martin (2006), *Economía de la Educación*, Editorial UOC, Barcelona. Capítulo I.

La economía de la educación en una economía global Pp. 19-60.

- Checchi, Daniele (2008), *The economics of education*, Cambridge University Press pp. 1-14. (Antología).
- Gault, Fred (2001), Measuring knowledge and its economic effects: the role of official statistics, en David, Paul A. y Dominique Foray (2001), —An introduction to the economy of the knowledge society, *MERIT-Economics Research Memorandum Series*, Maastricht.
- Gradstein, Mark, Moshe Justman y Volker Meier (2005), *The political economy of education. Implications for growth and inequality*, CESifo Book Series, The MIT Press.
- Jones, Charles (1995), *R&D-based models of economic growth*, Journal of Political Economy, Vol. 103(4), pp. 759-784.
- Kremer, Michael (1993), *Population growth and technological change: one million B.C. to 1990*, Quarterly Journal of Economics, 108(8), pp. 681-716.
- Lange, F. y Topel R. (2006), —The social value of education and human capital, en Eric Hanushek y Finis Welch, *Handbook of the economics of education* 26, Vol 1. Chapter 8, North-Holland pp. 460-506.
- Mankiw, G., Romer, D. y Weil D. (1992), *Contribution to the empirics of economic growth*, Quarterly Journal of Economics, No. 107, pp. 407-437.
- Ros, Jaime (2004), *La Teoría del Desarrollo y la Economía del Crecimiento*, Fondo de Cultura Económica-Centro de Investigación y Docencia Económica, México.
- Solow, Robert (1956), *A contribution to the theory of economic growth*, Quarterly Journal of Economics, No. 70, pp. 65-94.
- Solow, Robert (1994), *Perspectives on growth theory*, Journal of Economic Perspectives, Vol. 8(1), winter, pp. 45-54.

Referencias electrónicas

XI Censo General de Población y Vivienda 1990 y del XII Censo General de Población y Vivienda 2000 del INEGI.

Data Centre del UNESCO Institute for Statistics, 2010, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Estadísticas del Consejo Nacional de Población, 2008 (Conapo).

Estadísticas del Banco de México, 2008 (Banxico).

Informe sobre Desarrollo Humano México 2006-2007; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

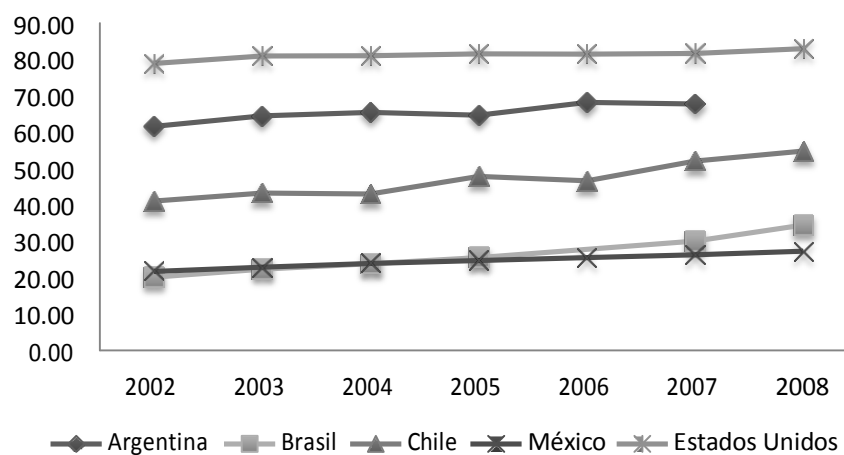
Presupuesto de Egresos de la Federación 2008, Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Sistema de Cuentas Nacionales de México del INEGI, Banco de Información Económica (BIE), Series históricas.

Anexos

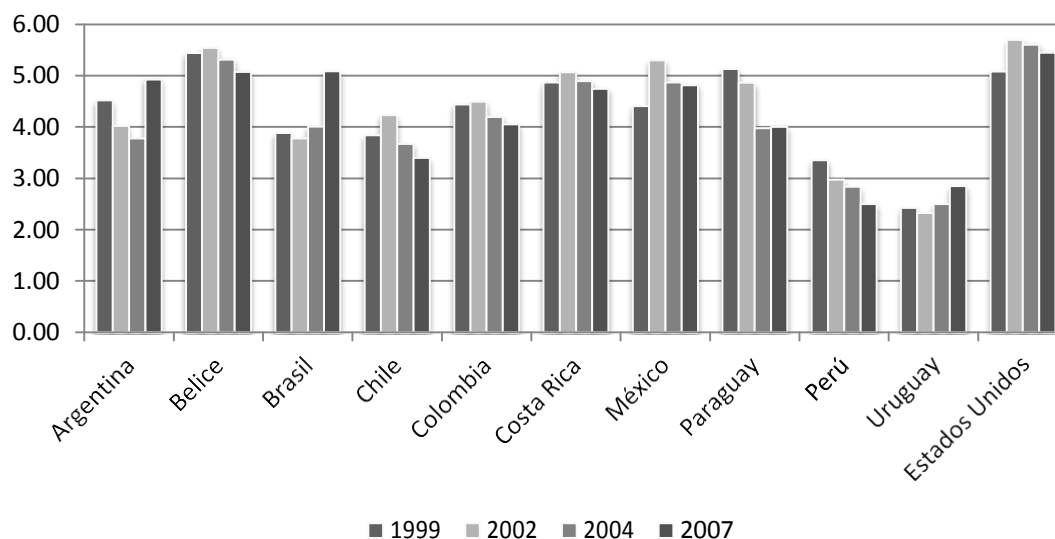
1. Gráficos.

Gráfica 3 Porcentaje de cobertura de la educación superior en países seleccionados de Latinoamérica y Estados Unidos



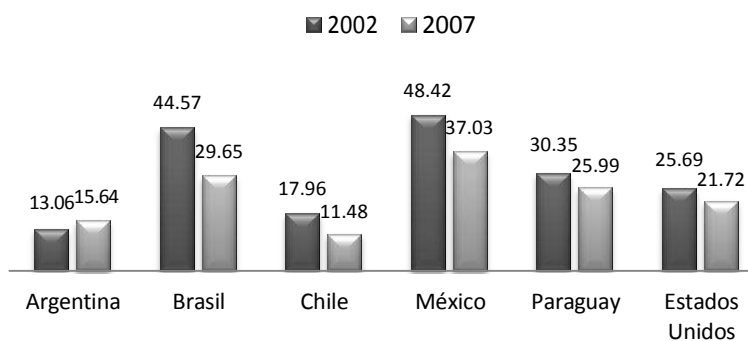
Fuente: Elaboración propia con datos del Data Centre del UNESCO Institute for Statistics, 2010.

Gráfica 4 Gasto público en educación como porcentaje del PIB para países seleccionados de Latinoamérica y Estados Unidos.



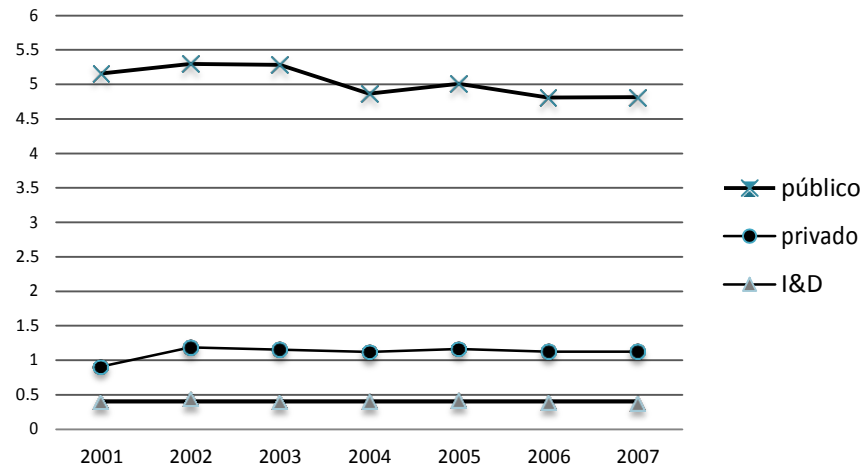
Fuente: Elaboración propia con datos del Data Centre del UNESCO Institute for Statistics, 2010.

Gráfica 5 Gasto público por estudiante de nivel superior como porcentaje del PIB per cápita para países seleccionados en Latinoamérica y Estados Unidos.



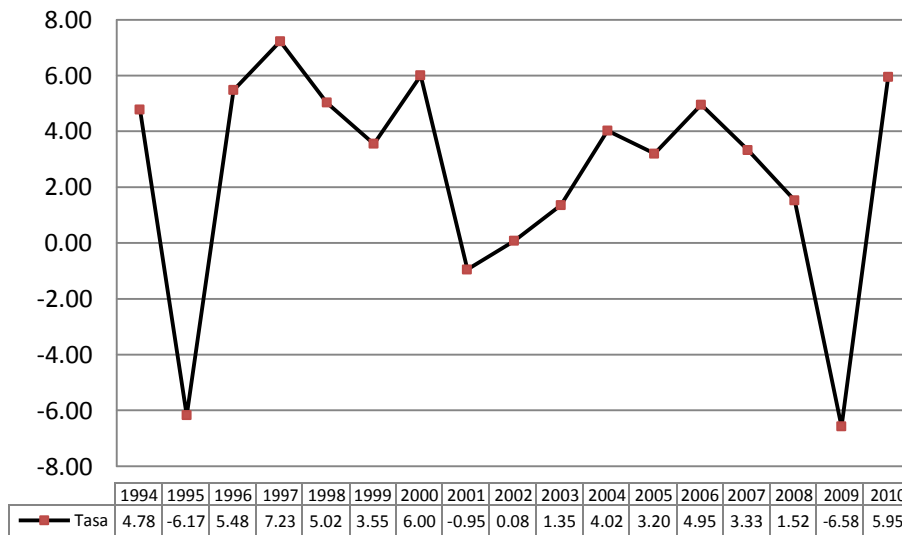
Fuente: Elaboración propia con datos del Data Centre del UNESCO Institute for Statistics, 2010.

Gráfica 6 . Gasto público y privado en educación, como porcentaje del PIB en México, y gasto en investigación y desarrollo.



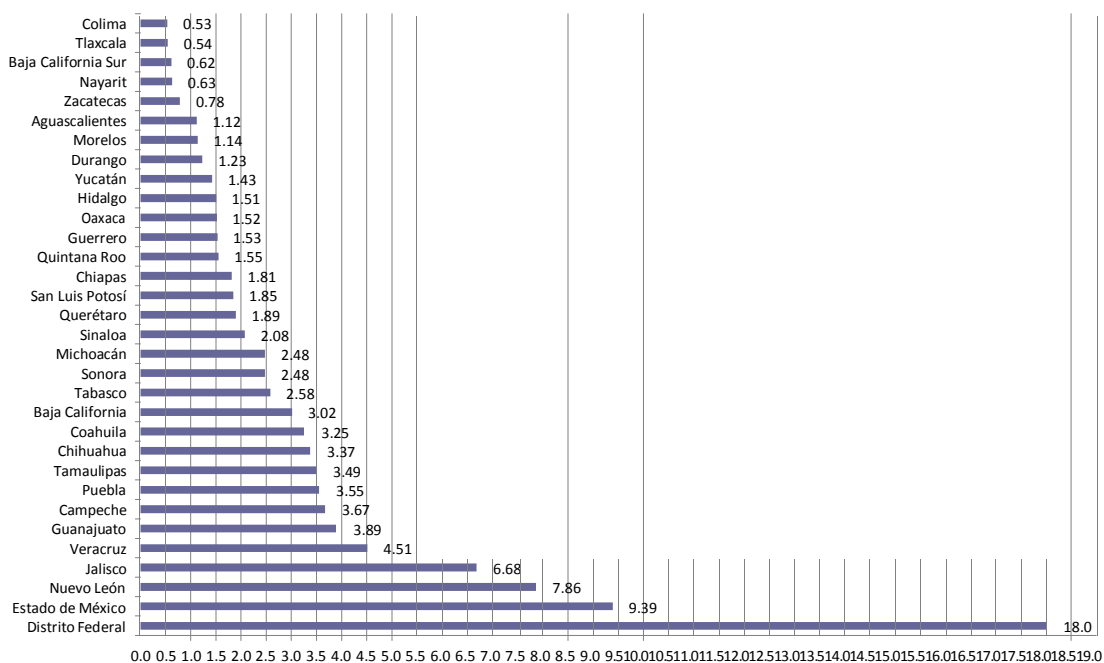
Fuente: Elaboración propia con datos del Data Centre de UNESCO Institute for Statistics, 2010.

Gráfica 7 Tasas de crecimiento del PIB en México para el periodo de 1994 a 2010 a precios del año 2003.



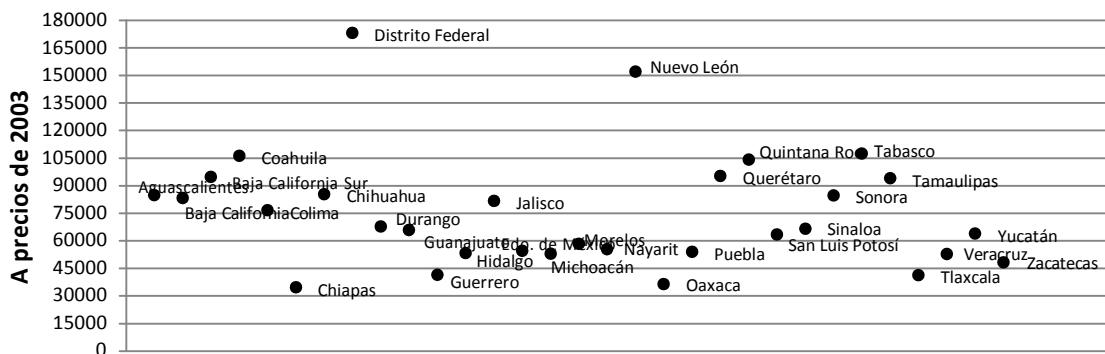
Fuente: Elaboración propia con base en las Estadísticas del Banco de México. La tasa en el 2010 únicamente considera los dos primeros trimestres del año.

Gráfica 8 Porcentaje de participación de las entidades federativas en el PIB nacional, en el año 2008.



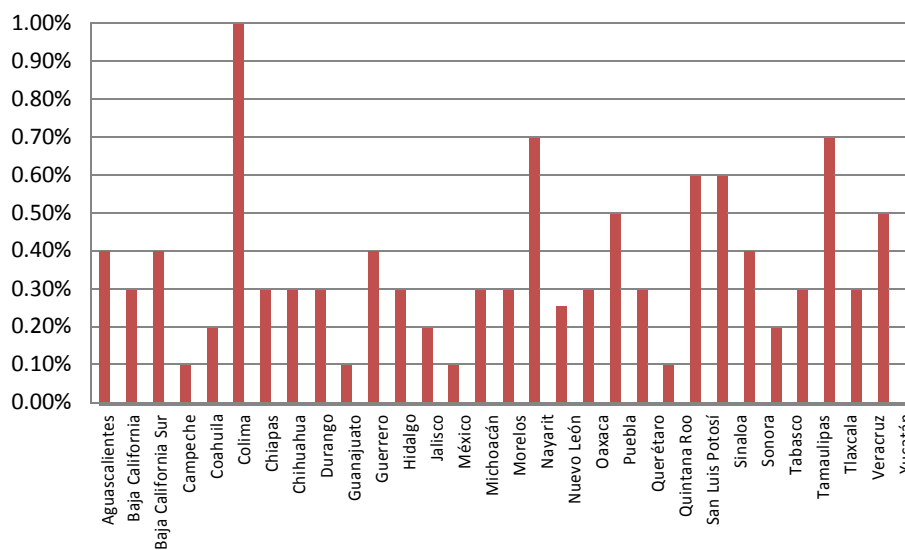
Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Cuentas Nacionales de México del INEGI.

Gráfica 9 . PIB per cápita en México por entidad federativa en el año 2008, a precios del año 2003.



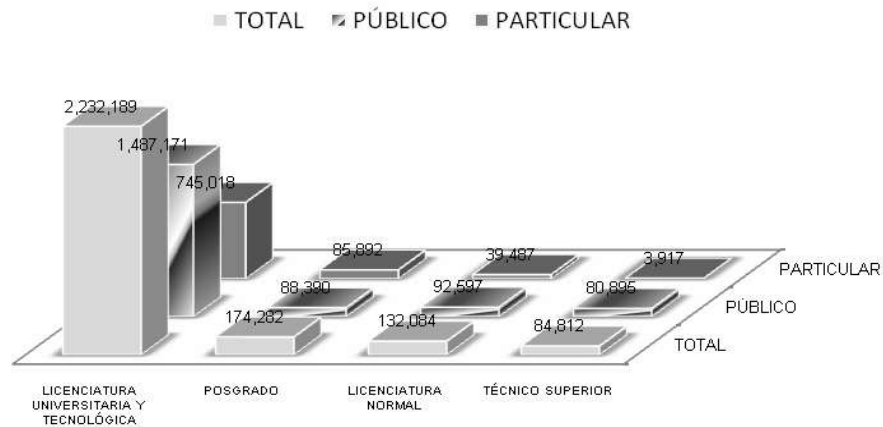
Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Cuentas Nacionales de México del INEGI y del Consejo Nacional de Población, (CONAPO).

Gráfica 10 Gasto público en educación superior como porcentaje del PIB por entidad federativa en México, en el año 2008.



Fuente: Elaboración propia con datos del Presupuesto de Egresos de la Federación 2008, de la SHCP y del Sistema de Cuentas Nacionales de México del INEGI.

Gráfica 11 Población Escolar de educación superior por tipo de régimen, público y particular, en el periodo 2007-2008.



Fuente: elaboración propia con datos de los Formatos 911.9A y 911.9B7 ciclo escolar de la SEP.

Tabla 10 Indicadores de educación superior en países seleccionados de Latinoamérica y Estados Unidos.

Indicadores de educación superior en Latinoamérica y Estados Unidos		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Argentina	Matrícula en el nivel superior, pública y privada	2026735	2101437	2116876	2082577	2202032	2208291	nd
	% de matrícula en educación privada nivel secundario superior	34.93	35.75	36.50	39.53	40.75	40.86	nd
	Población en edad escolar de educación terciaria	3293197	3261377	3234350	3223664	3233552	3260264	3297568
	Tasa de cobertura en nivel superior	61.54	64.43	65.45	64.60	68.10	67.73	nd
Brasil	Matrícula en el nivel superior, pública y privada	3582105	3994422	4275027	4572297	nd	5272877	5958135
	% de matrícula en educación privada nivel secundario superior	13.48	12.09	12.12	12.15	nd	10.80	11.76
	Población en edad escolar de educación terciaria	17793965	17930324	17981336	17940947	17800715	17572875	17298508
	Tasa de cobertura en nivel superior	20.13	22.28	23.77	25.49	nd	30.01	34.44
Chile	Matrícula en el nivel superior, pública y privada	521609	567114	580815	663694	661142	753398	804981
	% de matrícula en educación privada nivel secundario superior	63.37	nd	54.23	55.57	57.67	59.04	61.09
	Población en edad escolar de educación terciaria	1271945	1311430	1351313	1387728	1419589	1447068	1469094
	Tasa de cobertura en nivel superior	41.01	43.24	42.98	47.83	46.57	52.06	54.79
Mexico	Matrícula en el nivel superior, pública y privada	2147075	2236791	2322781	2384858	2446726	2528664	2623367
	% de matrícula en educación privada nivel secundario superior	22.00	21.76	21.35	20.87	20.39	20.20	19.57
	Población en edad escolar de educación terciaria	9897423	9808042	9720983	9653141	9616350	9615844	9648392
	Tasa de cobertura en nivel superior	21.69	22.81	23.89	24.71	25.44	26.30	27.19
Estados Unidos	Matrícula en el nivel superior, pública y privada	15927987	16611711	16900471	17272044	17487475	17758870	18248124
	% de matrícula en educación privada nivel secundario superior	8.84	9.13	8.78	8.58	8.02	8.61	8.64
	Población en edad escolar de educación terciaria	20200886	20532389	20861355	21179380	21479356	21756739	22008178
	Tasa de cobertura en nivel superior	78.85	80.90	81.01	81.55	81.42	81.62	82.92

Fuente: Elaboración propia con datos del Data Centre del UNESCO Institute for Statistics,

2010

Tabla 11 Gasto de gobierno en la educación pública durante el año 2008 en México.

2008		
Educación Pública	\$ 173,497,800,000	100%
Función pública y buen gobierno	460,958,792	0.3%
Servicios de apoyo administrativo	6,281,355,215	3.6%
Educación básica de calidad	19,265,721,572	11.1%
Educación media superior de calidad	44,719,586,700	25.8%
Educación superior de calidad	58,984,549,886	34.0%
Educación de Postgrado de calidad	3,774,489,804	2.2%
Educación para adultos de calidad	4,213,736,360	2.4%
Cultura	8,904,760,447	5.1%
Deporte	1,509,739,332	0.9%
Diseño y aplicación de la política educativa	14,591,548,454	8.4%
Gestión integral de servicios	1,078,487,208	0.6%
Juventud	194,631,128	0.1%
Investigación en diversas instituciones de educación superior	7,170,825,902	4.1%
Previsiones de recursos de la Administración Federal	2,347,409,200	1.4%

Fuente: Elaboración propia con datos del Presupuesto de Egresos de la Federación 2008, de la SHCP.

Tabla 12 Gasto público en educación superior de calidad en México por tipo de institución en el año 2008.

2008		
Educación superior de calidad	\$ 58,984,549,886	100.00%
Subsecretaría de Educación Superior	167,710,313	0.28%
Dirección General de Educación Superior Universitaria	27,806,845,924	47.14%
Dirección General de Educación Superior Tecnológica	9,508,797,026	16.12%
Coordinación General de Universidades Tecnológicas	1,266,097,398	2.15%
Dirección General de Educación Superior para Profesionales de la Educación	402,974,178	0.68%
Universidad Pedagógica Nacional	430,558,622	0.73%
Universidad Autónoma Metropolitana	2,181,713,939	3.70%
Universidad Nacional Autónoma de México	12,247,425,260	20.76%
Instituto Politécnico Nacional	4,419,222,262	7.49%
Centro de Enseñanza Técnica Industrial	43,191,225	0.07%
Comisión de Operación y Fomento de Actividades Académicas del IPN	42,312,043	0.07%
El Colegio de México, A.C.	11,328,413	0.02%
Patronato de Obras e Instalaciones del Instituto Politécnico Nacional	7,076,880	0.01%
Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro	449,296,403	0.76%

Fuente: Elaboración propia con datos del Presupuesto de Egresos de la Federación 2008, de la SHCP.

Tabla 13 Población profesionista ocupada, trabajadores de la educación en México, por entidad federativa, en 1990 y 2000 en números absolutos y porcentajes.

Profesionistas trabajadores de la educación					
	Año		%		%
	1990	2000	1990	2000	Variación
Total	222731	685780	14.54	21.20	6.66
Aguascalientes	2145	7806	16.08	22.08	6.00
Baja California	5022	13535	13.47	18.83	5.36
Baja California Sur	1026	3384	15.30	22.47	7.18
Campeche	1345	6548	19.21	28.65	9.44
Coahuila	7862	20134	16.36	20.32	3.96
Colima	1476	4317	17.16	21.71	4.55
Chiapas	5568	25737	23.68	36.84	13.15
Chihuahua	6196	19008	13.41	20.31	6.90
Distrito Federal	41466	77428	10.92	12.53	1.62
Durango	4079	11949	21.56	28.51	6.95
Guanajuato	6800	23216	17.03	25.12	8.10
Guerrero	5925	25005	23.93	33.86	9.93
Hidalgo	3842	16526	20.24	32.87	12.63
Jalisco	11732	39249	11.13	17.98	6.86
México	21431	73512	12.15	19.14	6.99
Michoacán	7279	25851	18.35	28.89	10.54
Morelos	3472	11747	16.33	22.00	5.67
Nayarit	2687	9013	21.78	29.83	8.05
Nuevo León	11501	26080	12.21	14.22	2.01
Oaxaca	4727	21283	21.50	33.48	11.97
Puebla	9518	31254	17.41	23.73	6.32
Querétaro	2427	8441	12.95	17.19	4.23
Quintana Roo	1056	6076	12.79	20.70	7.91
San Luis Potosí	5617	17301	18.73	26.04	7.31
Sinaloa	8066	21136	17.62	21.70	4.08
Sonora	4894	16113	13.21	20.64	7.42
Tabasco	3356	16359	16.24	28.66	12.42
Tamaulipas	8012	21307	16.49	20.39	3.91
Tlaxcala	2272	8872	25.62	32.71	7.09
Veracruz	15060	53656	18.35	28.78	10.43
Yucatán	3569	12965	17.64	26.00	8.36
Zacatecas	3303	10972	26.56	35.25	8.70

Fuente: Elaboración propia con datos del XI Censo general de población y vivienda 1990 y del XII Censo general de población y vivienda 2000 del INEGI.

Tabla 14 Población profesionista ocupada, trabajadores de la educación en México con ingresos de 5 a 10 salarios mínimos, por entidad federativa, en 1990 y 2000 en números absolutos y porcentajes.

Profesionistas ocupados en la educación con ingresos de 5 a 10 s.m.					
	Año		%		Variación
	1990	2000	1990	2000	
Total	24141	247723	10.84	36.12	74.54
Aguascalientes	273	2912	12.73	37.30	79.15
Baja California	861	6865	17.14	50.72	127.28
Baja California Sur	175	1707	17.06	50.44	111.50
Campeche	98	2766	7.29	42.24	37.93
Coahuila	1353	8266	17.21	41.05	105.22
Colima	162	1950	10.98	45.17	63.94
Chiapas	424	11053	7.61	42.95	32.15
Chihuahua	914	8299	14.75	43.66	110.03
Distrito Federal	4410	24518	10.64	31.67	97.42
Durango	497	4857	12.18	40.65	56.50
Guanajuato	556	8761	8.18	37.74	48.02
Guerrero	348	6188	5.87	24.75	24.55
Hidalgo	168	4918	4.37	29.76	21.60
Jalisco	1320	15362	11.25	39.14	101.10
México	2065	22710	9.64	30.89	79.32
Michoacán	552	10106	7.58	39.09	41.33
Morelos	296	3754	8.53	31.96	52.20
Nayarit	203	3939	7.55	43.70	34.69
Nuevo León	1892	11040	16.45	42.33	134.74
Oaxaca	220	6216	4.65	29.21	21.64
Puebla	822	8882	8.64	28.42	49.61
Querétaro	380	3384	15.66	40.09	120.88
Quintana Roo	179	3030	16.95	49.87	132.56
San Luis Potosí	473	5855	8.42	33.84	44.96
Sinaloa	1121	8758	13.90	41.44	78.88
Sonora	860	6429	17.57	39.90	132.99
Tabasco	363	7667	10.82	46.87	66.61
Tamaulipas	922	8295	11.51	38.93	69.80
Tlaxcala	100	2419	4.40	27.27	17.18
Veracruz	1413	16782	9.38	31.28	51.13
Yucatán	403	5030	11.29	38.80	64.01
Zacatecas	318	5005	9.63	45.62	36.25

Fuente: Elaboración propia con datos del XI Censo general de población y vivienda 1990 y del XII Censo general de población y vivienda 2000 del INEGI.

Reservas internacionales en México y su relación con el tipo de cambio, el índice nacional de precios al consumidor, la tasa de impuesto sobre la renta, el impuesto al valor agregado y la inversión extranjera directa. Pronósticos del 2014 al 2018.

Juan Antonio González Sierra

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

E-mail: jagonzi137190@hotmail.com

Blanca Josefina García Hernández

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

E-mail: blancaj_garcia@hotmail.com

Resumen

En el presente trabajo se realiza un análisis estadístico considerando como variable dependiente a las Reservas Internacionales de México (RI), y como variables independientes al tipo de cambio, el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC), la tasa del Impuesto Sobre la Renta (ISR), la tasa al Impuesto al Valor Agregado (IVA) y la Inversión Extranjera Directa (IED) en un periodo del año 2007 al 2013 dividido en trimestres, dando un total de 20 observaciones. Se determinaron las relaciones existentes entre todas las variables, considerando la existencia de una relación directa o indirecta con las Reservas Internacionales (RI). En base a lo anterior y con apoyo a la revisión de literatura, se establecen cinco hipótesis, siendo las primeras cuatro orientadas a una relación indirecta con las RI y la última establece una relación directa. Los resultados permiten

pronosticar la influencia que ejercen en las Reservas Internacionales los indicadores mencionados permitiendo identificar alternativas para la toma de decisiones.

Las relaciones indirectas a las RI y que mostraban relación con la IED fueron: una correlación negativa entre Tipo de cambio e IED (-0.2012) en donde, si disminuye el Tipo de cambio, aumenta la IED; la relación entre INPC e IED (0.2553), en donde si aumenta el valor del INPC, también lo hará el de la IED; entre la tasa de ISR e IED (0.2120) donde si aumenta el valor de la tasa de este impuesto, también lo hará la IED, siendo lo mismo para la tasa del IVA.

Se calcula una ecuación de regresión múltiple con una correlación múltiple de 0.9864, y un coeficiente de determinación igual a 0.9730, indicando que las variables explican en un 97.30% el comportamiento de los cambios ocurridos en las RI. La ecuación de regresión múltiple se utilizó para determinar el posible comportamiento de las RI, en donde, por cada peso que aumente en la relación peso-dólar, las RI aumentarán en \$4,409.46 millones de dólares. Con respecto al INPC, por cada peso que aumente su valor, las RI aumentarán en \$5,532.64 millones de dólares. Si se aumenta en un punto porcentual la tasa de ISR, las RI aumentarán su valor en \$471,694.25 millones de dólares. El efecto del IVA a las RI se considera nulo (de acuerdo a lo mostrado en EXCEL 2007). La IED tiene un efecto negativo en las RI, aunque muy débil, al disminuir las RI en \$0.00037448 millones de dólares por cada peso que aumente la IED.

Por último, se determinan tres posibles escenarios, constante, pesimista y optimista, pronosticando para los años 2014 al 2018.

Palabras clave: Reservas Internacionales, crisis, inflación.

1. Introducción

El objetivo de la investigación es el de explicar el comportamiento de las reservas internacionales y su relación que tiene con la inflación, el tipo de cambio, la inversión extranjera directa y la legislación impositiva.

Las Reservas Internacionales (RI) resultan muy importantes para la economía de un país, pero no existen muchos estudios que expliquen el comportamiento de las variables internacionales desde un punto de vista multifactorial, limitándose muchos de ellos a correlaciones simples y no incluyendo aspectos impositivos.

Es por eso que en el presente trabajo se realiza un análisis estadístico considerando como variable dependiente las Reservas Internacionales (RI) de México ($Y = \text{Reservas Internacionales de México}$) y cinco variables independientes que a continuación se desglosan:

- X1: Tipo de cambio, entre el peso y el dólar.
- X2: Inflación, a través del monto del Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC).
 - X3: Tasa del Impuesto Sobre la Renta (ISR)
 - X4: Tasa del Impuesto al Valor Agregado (IVA).
 - X5: Inversión Extranjera Directa (IED)

Esto con el fin de saber si influyen la inflación, el tipo de cambio, la inversión extranjera directa y la legislación impositiva en el comportamiento de las RI.

En primer lugar se realiza un análisis de correlación existente entre las variables (matriz de correlación) para conocer el impacto existente entre las variables independientes con la variable dependiente, asimismo se compara la relación existente entre las mismas variables independientes, principalmente con la Inversión Extranjera Directa, ya que si tuviesen relación entre estas mismas (relación directa), estarían afectando indirectamente a la variable dependiente (relación indirecta), dichas relaciones fueron planteadas en las hipótesis del estudio con apoyo de la revisión a la literatura.

En segundo lugar, se calcula la ecuación econométrica a través del método de regresión múltiple, con la cual se realiza un pronóstico de los próximos cinco años (trimestres 2014 al 2018). Es en esta misma ecuación donde se cuantifica el efecto que tiene cada una de las variables con respecto a las RI.

Para el pronóstico de los próximos cinco años se manejan tres escenarios, partiendo de uno normal, calculando el valor esperado de cada variable por trimestre a través del análisis de regresión lineal ($X = \text{tiempo}$, $Y = \text{cada una de las variables independientes}$). Con apoyo del escenario normal, se calculan los escenarios pesimista y optimista,

Para el escenario pesimista se consideran aumentos (considerando la desviación estándar) en las variables tipo de cambio e inflación, (de acuerdo a la revisión bibliográfica, el aumento de estas variables tiene como efecto negativo en el crecimiento económico de un país) y disminución en la variable IED (de acuerdo a la literatura, una disminución en IED

afecta de manera negativa al crecimiento económico de un país), mientras las variables de ISR e IVA son constantes.

Para el escenario optimista, se consideran disminuciones mayores que las del escenario constante en el tipo de cambio e inflación, y un mayor aumento en la IED, mientras que la tasa de ISR e IVA se considera constante.

El presente trabajo presenta un enfoque innovador, dado que no se han realizado trabajos parecidos, dado que existen trabajos que utilizan dos variables únicamente y que son mencionados en el marco teórico.

El trabajo está dividido de la siguiente manera:

- Marco teórico: donde se repasan conceptos y estudios realizados sobre cada una de las variables, donde también se plantean las hipótesis del presente trabajo.
- Desarrollo: la determinación de las variables, su nivel de relación y análisis de regresión múltiple, así como su pronóstico para los siguientes cinco años con sus respectivos escenarios se encuentran en esta sección.
- Conclusiones.
- Referencias bibliográficas.

2. Marco teórico

2.1 Reservas Internacionales

Las Reservas Internacionales (RI) de acuerdo con el Banco de México (2013), se definen como —activos financieros que el banco central invierte en el exterior y que pueden ser fácilmente convertibles en medios de pago. La principal característica de dichos activos es la liquidez. En México, estas son propiedad del Banco de México (BANXICO), y su principal función es la de afrontar posibles contingencias en un futuro. Estas son controladas por los bancos centrales de cada país, pero ahora surge la pregunta ¿qué es un Banco Central? El reporte —II. Los bancos centrales, su participación en el control y manejo de las reservas monetarias internacionales (1987), indica que el Banco Central es —la institución que promueve la creación y el mantenimiento de las condiciones monetarias y crediticias que sean más favorables al desarrollo ordenado de la economía de las naciones del mundo, es decir, se va a encargar de que exista una estabilidad en las variables monetarias y crediticias del país en donde se encuentre, y que entre sus principales funciones están:

- A nivel interno (nacional):
 - Prevenir tendencias inflacionistas.
 - Promover liquidez y solvencia de los sistemas bancarios.
- A nivel externo (Internacional):
 - Mantener el valor de la moneda (Tipo de cambio).
 - Administrar las reservas monetarias internacionales del país.
 - Mantener y asegurar el equilibrio económico internacional del país.

¿Por qué han tomado importancia las RI? La crisis del 2008 tuvo como consecuencia una disminución en el comercio mundial, teniendo desequilibrios en las finanzas internacionales, por lo que las economías aún en desarrollo intentan minimizar los costes y efectos de sus balanzas con el exterior, y se han tomado algunas medidas proteccionistas como aumentar sus reservas internacionales o intervenir en el tipo de cambio, lo cual, en lugar de ayudarles, estas medidas solo incrementan las diferencias entre las economías desarrolladas y las que se encuentran en desarrollo (Rodríguez & Ruíz, 2013).

A partir de las diversas crisis financieras ocurridas durante los años 90 en México, Tailandia, Corea, Malasia, Filipinas, Indonesia, Brasil, Turquía, Rusia y Argentina, sus RI aumentaron en 60%, estas son su seguro contra las crisis financieras. En el caso concreto de la economía mexicana, ésta implementó, como estrategia para alcanzar una estabilidad financiera, la de acumular RI, lo que en otras palabras, incrementar la liquidez como medida precautoria contra las crisis (Cruz, 2006).

A continuación se muestran los conceptos de las variables independientes de este trabajo.

2.2 Inflación

BANXICO(2013) da como concepto de inflación al aumento sostenido y generalizado a los precios de bienes y servicios de una economía con el transcurso del tiempo, pero al no ser posible dar seguimiento a todos los precios del país, se selecciona una canasta de productos representativos consumidos en los hogares de la sociedad, con apoyo de esta canasta, se calcula un indicador que representa los precios de todos los productos y servicios de un

país, siendo conocido a este indicador en México, como Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC), y cuya variación porcentual, es utilizada para medir la inflación.

Olivas(2011)sostiene que la inflación es un fenómeno que debe recibir demasiada atención de los economistas, el incremento de precios en sí, no es un problema sino que el problema se encuentra en un alza desmesurada y permanente en estos, lo que conlleva a desalentar la inversión (nacional como extranjera), condiciones de comercio entre países e inestabilidad económica.

El principal objetivo del Banco de México (y prioritario) es el de procurar una estabilidad en el poder adquisitivo de la moneda nacional, de acuerdo al artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Fernández, 2006). A partir de 1987, la inflación en México se ha controlado mediante la implementación de políticas ortodoxas como el control del déficit público y de su financiamiento inflacionario, y de políticas heterodoxas tales como el manejo de precios, salarios y tipo de cambio (Olivas, 2011).

En las economías desarrolladas (como la mexicana), se debe cuidar altamente la dependencia alimentaria, debido a que los alimentos (a diferencia de los países ricos), tienen una alta ponderación en el Índice de Precios al Consumidor, por lo que una inflación alta y no controlada, afecta al crecimiento económico de un país (Cruz, Sánchez, & Amann, 2011).

En el sentido que interesa esta variable en el presente proyecto, es, en primer lugar, su influencia en la IED, y por ende, al influir en esta variable, en segundo lugar, se influye en

las RI. Ángeles-Castro (2011) concluye que la inflación provoca desequilibrios macroeconómicos, sobre todo en momentos de una hiperinflación, lo cual, conlleva a que posibles países que deseen invertir en una economía, no lo hagan al ser la inflación un factor que determina a una economía eficiente. Con lo anterior se formula la siguiente hipótesis:

H1: A menor inflación, mayor Inversión Extranjera Directa.

2.3 Tipo de cambio:

Para definirlo se utiliza el concepto otorgado por BANXICO (2010) quien define al tipo de cambio como el precio de una moneda en términos de otra, es decir, debe expresarse en el número de unidades de la moneda nacional que hay que entregar a cambio de una unidad de otra moneda(extranjera).

Encinas (2009) indica que en un inicio México adoptó un tipo de cambio fijo y semifijo, por lo que, para lograr un equilibrio externo, el Estado utilizaba el instrumento de la devaluación para ajustarlo. Actualmente, se maneja un tipo de cambio flotante, es decir, este se determina por el mercado de cambios, pero aún existe cierta intervención por parte de BANXICO.

Rosas (2011) menciona que la mayoría de los bancos centrales de las economías emergentes (como México), sostienen que la actual política cambiaria es de flotación, pero las estadísticas revelan lo contrario, aún debe existir un control del tipo de cambio, el cual, para mantenerlo, se recurre a las RI.

En estudios recientes, como el de Mántey(2013), se habla de una relación existente entre la inflación y el tipo de cambio, así como las ventajas de una devaluación de la moneda, entre ellas, un aumento en las exportaciones.

Con base a la anterior, surge la pregunta ¿cómo afecta el tipo de cambio a la Inversión Extranjera Directa? Pong (2011) responde a la pregunta al sostener que a una disminución en el tipo de cambio, los costos domésticos se reducen (principalmente salarios) y se espera un aumento de la IED. En relación a las fuentes consultadas, se formula la siguiente hipótesis:

H2: A menor cotización del tipo de cambio, existe una mayor Inversión Extranjera Directa.

2.4 Tasa del Impuesto Sobre la Renta:

Es necesario escribir un poco sobre la carga fiscal en México antes de hablar del Impuesto Sobre la Renta (ISR). Vargas (2010) indica que para sostener una economía sólida y que esta conlleve a un estado de bienestar moderno, es necesario tener un sistema de recaudación fiscal moderno y eficiente, es imposible mantener un sistema de beneficios sociales ambicioso con un alcance amplio, si el Estado únicamente logra recaudar alrededor del 15% del PIB, como sucede en México.

Al centrarnos en el ISR, un poco de la historia de este impuesto la da a conocer Osorio (2012) mencionando que este es el impuesto más longevo del Sistema Tributario Mexicano, el cual data de 1921, y fue conocido como —Impuesto Centenario»,sufriendo diversas modificaciones con el paso del tiempo. Actualmente, el ISR es un impuesto directo que es

presentado como el símbolo de la justicia fiscal, ya que este procura gravar de manera progresiva los ingresos, atendiendo el precepto, a mayor ingreso percibido por los sujetos, mayor será el impuesto a pagar.

La participación de este tributo en materia de recaudación en correspondencia a los ingresos presupuestados por el Estado a obtener en un ejercicio fiscal es superior a las demás contribuciones, ya que representa el 22.53% de los ingresos que espera recibir en total el Gobierno Federal y el 57% por concepto de impuestos, de acuerdo a la Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal de 2014 (Camara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2013).

Este tributo fue contemplado en una nueva reforma fiscal, con la cual se espera una mayor contribución y que una mayor cantidad de personas (física y morales) enteren el pago de impuestos, entre las estrategias a utilizar, la que más llama la atención es la incorporación del Régimen de Incorporación Fiscal, en donde se ofrece un tratamiento especial por diez años a los contribuyentes que opten por este régimen (Sánchez, 2014).

En estudios acerca de la influencia que tiene la política fiscal de una economía en la IED, indican que los impuestos al ingreso de las empresas tiene como consecuencia un aumento en el costo de capital, la tasa de retorno requerida en la inversión, y por ende, estos factores influyen negativamente en la decisión final de invertir en una economía (Díaz, 2010). La OCDE (2008) indica que en promedio el flujo de IED desciende en 3.7% después de que la tasa impositiva se incrementa en un punto porcentual. Por otro lado, Wheeler y Mody (1992, citados por Echavarría (2005) indican que los impuestos están lejos de ser el único factor que afecta las decisiones de inversión de las empresas, y de hecho no es el más

importante, teniendo mayor peso la localización, los costos laborales y tamaño del mercado, pero ¿qué caso es aplicable a la economía mexicana? Con lo anterior se formula la siguiente hipótesis:

H3: A menor Tasa de ISR, mayor atractivo para que aumente la Inversión Extranjera Directa.

2.5 Tasa del Impuesto al Valor Agregado:

El Impuesto al Valor agregado es un impuesto indirecto que grava al consumo de los contribuyentes, este, al incidir en primer lugar sobre los costos y gastos de la empresa, quienes los trasladan al consumidor final a través de los precios de los bienes y servicios, no repercute en forma directa sobre los ingresos (Gómez & Reyes, 2012).

En su reporte —Perspectiva de Reforma Hacendaria al Impuesto al Valor Agregado 2013, en México, Palomino, Pestaño, Ro, & Olivas (2013) indican que —el impuesto al valor agregado (IVA) representa la segunda fuente de ingresos tributarios en México; sin embargo, cabe destacar que a nivel internacional su recaudación resulta ser una de las más bajas. Muestra de lo anterior es que mientras que en México en 2012 la recaudación del IVA fue de 3.74% del producto interno bruto (PIB), en promedio en los países de América Latina y en los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) era de 6.5% y 6.9% del PIB, respectivamente.

Anteriormente, la Ley del Impuesto al Valor Agregado contemplaba en el territorio nacional el cobro generalizado del 16%, excepto en la región fronteriza, donde se gravaba

al 11%, pero con la nueva reforma hacendaria, a partir del primero de enero del 2014, se ha homologado la aplicación de la contribución generalizada en todo el país a una tasa del 16% (Palomino, Pestaño, Ro, & Olivas, 2013).

Diversos autores han criticado esta medida, como Zaid (2013), quien sostiene que al tener un 16% generalizado de la tasa del IVA en todo el país y de darse la opción de incluir algunos alimentos en esta, afectaría negativamente al país el tener un efecto inflacionario, con lo que, al afectar a la inflación, se está afectando indirectamente a la IED. También el Sector de la Industria de la Maquila y la Manufactura de Exportación (2013) opinan que un aumento en el IVA ocasionaría una gran disminución en la atracción de capitales y la fuga de los que ya se tienen, hacia otros países con mejores condiciones para realizar negocios. Se formula la siguiente hipótesis:

H4: A menor tasa de IVA, mayor Inversión Extranjera Directa.

2.6 Inversión Extranjera Directa:

La Secretaria de Economía de México (2014) define a la Inversión Extranjera Directa (IED) como —aquella 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 literatura y evidencia empírica identifican a la IED como un importante catalizador para el desarrollo, 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 de un país.

Correa & Vidal (2004) destacan que la IED fue impulsada por la liberación de los mercados financieros y cambiarios y el incremento en la competencia a nivel mundial, logró en México un crecimiento continuo y gradual sin precedentes en la década 1990-2000, y algunas grandes empresas transnacionales provenientes de países desarrollados, han desplazado sus activos hacia países en desarrollo y economías de transición, lo que se traduce en una disminución de la tasa de desempleo. Herranz (2009) está de acuerdo con lo anterior, ya que su estudio demostró que la IED tiene un efecto positivo y significativo en el crecimiento económico de un país al facilitar la transferencia de tecnología y el modo de realizar procesos de los países más desarrollados a los menos desarrollados. Morales (2010), al realizar un estudio en América Latina indica a la IED como un factor indispensable para el desarrollo de las economías en vías de desarrollo ya que contribuye al ahorro y a un equilibrio en la balanza de pagos de las economías.

La IED en México y América Central se desarrolló principalmente en el sector industrial, enfocado en la industria automotriz, productos textiles, y la electrónica, teniendo una fuerte tendencia exportadora motivada por los bajos costos laborales (Chudnovsky & López, 2007). Algo parecido mencionan Love y Lage-Hidalgo, (2000, citados por Mendoza, 2011), ya que indican que la IED puede tener un efecto en México de derramamiento de tecnología, es decir, que las empresas que se establezcan en el país, traen consigo alta tecnología para llevar a cabo sus procesos de producción. Así mismo, Mendoza (2011) sostiene que la IED es una variable positiva que ha motivado el desarrollo de México, especialmente en la industria manufacturera que se traduce en el aumento de personal calificado de este sector. Este punto lo comparte De la Cruz (2006) al indicar que a partir de la firma del tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, Canadá y México, se han visto beneficiados los sectores de exportación manufacturera en México.

Por último, debe retomarse a Alcaraz (2014) quien sostiene que es necesario establecer políticas donde se apoye una emisión de IED, en vez de las que actualmente apoyan la recepción de IED, lo cual generaría una mayor expansión de las empresas nacionales y mayor competencia entre estas y las extranjeras.

Con la revisión literaria realizada al momento, y sobre los beneficios que otorga una IED en los países, y que de acuerdo al Reporte de FEDESARROLLO (2007) la IED es una fuente de acumulación de RI (caso Colombia) con lo cual, se formula la siguiente hipótesis:

H5: A mayor Inversión Extranjera Directa, se incrementan las Reservas Internacionales.

En el contexto mexicano se medirá la relación existente entre la IED y las RI, -positiva o negativa-, donde es importante mencionar que en países desarrollados durante crisis económicas generalmente se observa un alejamiento de flujos en IED, caso contrario en países en vías de desarrollo como México, donde se registra un aumento de esta (Basave Kunhardt & Gutiérrez-Haces, 2013).

3. Objetivo o propósito

Determinar la relación existente entre las Reservas Internacionales de México con el tipo de cambio, la inflación, la tasa de ISR, la tasa del IVA y la Inversión Extranjera Directa analizando estadísticamente con el método de regresión múltiple los datos de estas variables en un periodo comprendido de enero 2009 a Diciembre 2013 con el fin de obtener una ecuación que intente explicar el comportamiento y relación de estas variables y pronosticar escenarios futuros.

4. Problema de Investigación

A través de la revisión de la literatura se localiza una relación existente entre las reservas internacionales y las demás variables planteadas, existiendo estudios con modelos lineales, es decir, únicamente planteando la relación entre una variable independiente y otra dependiente, por lo que se propone en este trabajo un estudio con análisis de regresión múltiple, considerando a todas las variables (una variable dependiente y cinco independientes) en el modelo. Por lo que puede mencionarse que es la primera aproximación que se realiza utilizando este tipo de variables, y llega a plantearse la pregunta ¿Qué relación existe entre las Reservas Internacionales de México con el tipo de cambio, la inflación, la tasa de ISR, la tasa del IVA y la Inversión Extranjera Directa?

5. Desarrollo

5.1 Determinación de variables

Se determinan las siguientes variables, las cuales se analizan en trimestres, en un periodo comprendido de 2009 a 2013, dando un total de 20 observaciones.

Y= Variable dependiente: Reservas Internacionales.

X1, X2, X3, X4= Variables Independientes: a continuación se enlistan:

- **X1** =Tipo de cambio peso-dólar estadounidense.
- **X2** =Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC).
- **X3** =Tasa de Impuesto Sobre la Renta.
- **X4** =Tasa de Impuesto al Valor Agregado.

- **X5** = Inversión Extranjera Directa (IED)

-

En el **Anexo 1 Datos históricos de las variables en un periodo de 2009 a 2013** se pueden consultar los datos históricos utilizados para el análisis estadístico de cada una de las variables dividido en trimestres.

5.2 Análisis Estadístico

Como puede consultarse en el marco teórico, la teoría indica relaciones directas con la IED, e indirectas con las RI. En el **Anexo 2** Matriz de correlación entre las variables, primer análisis se incluye la matriz de correlación entre todas las variables, interesando para este caso la primera columna, la cual indica la relación existente entre la variable dependiente con las independientes; y la última fila, que indica la relación existente entre la IED y las demás variables. La correlación existente entre la IED y:

- El tipo de cambio Peso-dólar (X1) es de -0.2012, lo cual indica una correlación negativa débil, en caso de que el tipo de cambio aumente, la IED disminuirá, aunque no en la misma proporción.
- El INPC (X2) corresponde a 0.2553, es una relación positiva débil, y muy valiosa la información, si aumenta el INPC, lo hará (en menor medida) las IED.
- La tasa del Impuesto Sobre la Renta es igual a 0.2120, es decir, una correlación positiva débil con respecto a la IED indicando que si aumenta la tasa del ISR, también aumentará el valor de la IED.

- La tasa del Impuesto al Valor Agregado es de 0.2120, indicando una correlación positiva débil con la IED, si la tasa del IVA aumenta, también lo harán las RI.

Ahora se analizan las correlaciones existentes entre las RI y las variables independientes (relación indirecta con todas a excepción de la IED), teniendo la relación con:

- El tipo de cambio Peso-dólar (X1) de -0.1663, lo cual indica una correlación negativa débil, en caso de que el tipo de cambio aumente, las RI disminuirán pero no en la misma proporción.
- El INPC (X2) de 0.9823, es una relación positiva muy fuerte, si aumenta el INPC, lo harán casi en la misma proporción las RI.
- La tasa del Impuesto Sobre la Renta es igual a 0.7071, es decir, una correlación positiva entre moderada y fuerte, la cual indica que si aumenta la tasa del ISR, también aumentará el valor de las RI.
- La tasa del Impuesto al Valor Agregado es 0.7071, mismo valor que en la tasa del ISR, esto se debe a la poca variación que hubo en el tiempo, y que fue prácticamente la misma en ambas, de un punto porcentual. Si la tasa del IVA aumenta, también lo harán las RI.

En el **Anexo 3** Análisis de regresión y correlación múltiple con Excel se muestra el análisis de correlación y regresión múltiple realizado con apoyo de Excel 2007, resaltando dos datos a analizar:

- Coeficiente de correlación múltiple es igual a 0.9864, lo cual indica que las variables seleccionadas, en conjunto, tienen una relación positiva fuerte con las RI, y que un cambio en estas, hará que aumenten o disminuyan estas, ¿en qué cantidad existirán estos cambios? Más adelante, con apoyo del modelo de regresión múltiple, se indican dichos cambios. Por último, es importante mencionar que estas variables explican casi en su totalidad el comportamiento de las RI, al ser este coeficiente muy cercano a 1.
- Coeficiente de determinación igual a 0.9730, el cual es otro indicador que refuerza lo planteado anteriormente, los cambios producidos en las RI, se deben en un 97.30% por los cambios que ocurran en las variables independientes.

5.3. Ecuación de regresión múltiple

La ecuación de regresión múltiple queda de la siguiente forma (**Anexo 3** Análisis de regresión y correlación múltiple con Excel):

$$Y = -621,655.48 + (4,409.46 X1) + (5,532.64 X2) + (471,694.25 X3) + (0 X4) + (-0.00037448 X5)$$

Al analizar dato por dato, se tiene que:

- El valor de las RI será igual a \$-621,655.48 millones de dólares en caso de que las variables independientes tengan un valor de cero.
- X1 (Tipo de cambio), dato interesante que indica que las RI aumentarán en \$4,409.46 millones de dólares si el tipo de cambio peso-dólar aumentará en un peso.
- X2(INPC). Pendiente positiva, la cual indica que si aumenta en un peso el valor del INPC, las RI aumentarán en \$5,532.64 millones de dólares.
- X3(Tasa del Impuesto Sobre la Renta), indicando que de subir en un punto porcentual este impuesto, las RI aumentarán su valor en \$471,694.25 millones de dólares.
- X4(Tasa del Impuesto al Valor Agregado), la cual, de acuerdo a los cálculos de Excel, no afecta a las RI, por lo que tiene un valor de cero. No hay relación.
- X5 (IED). Valor muy importante que indica que si aumenta en un peso esta variable, las RI disminuirán en \$0.00037448 millones de dólares.

5.4 Resultados

Una vez explicada la ecuación de regresión múltiple, se procede a realizar el pronóstico de los próximos cinco años (2014-2018) en trimestres, para esto se consideran cuatro posibles escenarios, enlistados a continuación y su forma de calcularlo.

5.4.1. Escenario Normal

Escenario con más probabilidades de ocurrir, en donde cada una de las variables independientes son tratadas de la siguiente forma:

- X1, se utiliza el método de regresión lineal entre el periodo como variable independiente y el tipo de cambio como variable dependiente para pronosticar los valores que probablemente tendrá esta variable en los próximos cinco años de acuerdo a su comportamiento a lo largo del tiempo (ver **Anexo 8** Gráfica tendencia tipo de cambio para la gráfica de dispersión y el **Anexo 9** Pronóstico próximos 5 años tipo de cambio para la aplicación del modelo de regresión lineal). Los valores obtenidos fueron sustituidos en la ecuación de regresión múltiple. Como dato interesante, es que se muestra una tendencia negativa en el tipo de cambio, es decir, conforme pasa el tiempo, esta tiende a disminuir. Esto se debe a que se han tomado los últimos cinco años para este análisis (2009 al 2013) pero si se tomará en cuenta desde 1990, lo más probable es que la tendencia fuera positiva. Se profundiza en este dato en la parte de las conclusiones del proyecto.
- X2, se aplica el método de regresión lineal entre el periodo y el INPC para pronosticar los valores que probablemente tendrá esta variable en los próximos cinco años (ver **Anexo 8** Gráfica tendencia tipo de cambio para la gráfica de dispersión y el **Anexo 9** Pronóstico próximos 5 años tipo de cambio para la aplicación del modelo de regresión múltiple) y así sustituir dicho valor en la ecuación de regresión múltiple. Caso contrario a la tasa de desempleo y al tipo de cambio, el INPC va a aumentar conforme pasa el tiempo.

- X3, la tasa ISR se mantiene en un valor de 30% para el pronóstico de los próximos cinco años, en el sentido de que existiría descontento en la población si se llegarán aumentar los impuestos.
- X4, la tasa del IVA se mantiene en un valor de 16% para el pronóstico de los próximos cinco años en el sentido de que un aumento en el impuesto es delicado y generaría descontento en la población.
- X5, se aplica el método de regresión lineal entre el periodo y la IED para pronosticar los valores que probablemente tendrá esta variable en los próximos cinco años (ver **Anexo 10** Gráfica tendencia INPC para la gráfica de dispersión y el **Anexo 11** Pronóstico próximos 5 años INPC para la aplicación del modelo de regresión múltiple) y así sustituir dicho valor en la ecuación de regresión múltiple. Existe una tendencia positiva, conforme el tiempo transcurra, la IED va a aumentar.

Los resultados obtenidos se reflejan en el **Anexo 17** Escenario Normal. Se espera que en promedio, en el primer trimestre del año 2014 (Enero-Marzo) las RI se valúen en 188,976.75 millones de dólares, donde cada año presenta un aumento del 2.20% en promedio, culminando con \$285,766.19 millones de dólares para el trimestre Octubre-Diciembre 2018.

5.4.2. Escenario Optimista

Escenario con pocas probabilidades de ocurrir, pero en el caso de que se diera, se esperarían las RI con los valores más bajos, ¿por qué? Simplemente porque en un escenario

optimista se espera se reduzca en mayor valor porcentual el tipo de cambio, y el INPC, así como una mayor IED. Para este caso, para las variables tipo de cambio e INPC (considerando cada dato del escenario normal como el 100%) se le resta tres veces el coeficiente de variación (**Anexo 14 Estadística Descriptiva Tipo de Cambio** y **Anexo 15 Estadística Descriptiva INPC**) y para la variable IED, (considerando como 100% cada dato del escenario normal) se le suma tres veces el coeficiente de variación. A continuación se enlista la forma de evaluar dicho escenario:

- X1 se utilizan los datos obtenidos en el escenario normal (considerando cada dato como 100%) pero se le resta a ese 100% tres veces el coeficiente de variación (**Anexo 14 Estadística Descriptiva Tipo de Cambio**), los datos mostrados en el escenario normal, son multiplicados cada uno por 96.92% (**Anexo 18 Escenario Optimista**).
- X2, se utilizan los datos obtenidos en el escenario normal (considerado cada dato como 100%) pero le es restado a ese 100% dos veces el coeficiente de variación (**Anexo 15 Estadística Descriptiva INPC**), los datos mostrados en el escenario normal, son multiplicados cada uno por 96.27% (**Anexo 18 Escenario Optimista**).
- X3, la tasa ISR se mantiene en un valor de 30% para el pronóstico.
- X4, la tasa del IVA se mantiene en un valor de 16% para el pronóstico.
- X5, se utilizan los datos obtenidos en el escenario normal (considerando cada dato como 100%) pero se le suma a ese 100% tres veces el coeficiente de variación (**Anexo**

16 Estadística Descriptiva IED), los datos mostrados en el escenario normal, son multiplicados cada uno por 142.47% (**Anexo 18** Escenario Optimista).

Los resultados obtenidos se reflejan en el **Anexo 19** Escenario Pesimista. Al tener un mejor panorama de la economía del país al disminuir el valor del tipo de cambio y del INPC y aumentar el valor de la IED, las RI se ven disminuidas. Para el trimestre enero-marzo 2014 se espera un valor de \$163,143.23 millones de dólares, y culminar el trimestre octubre-diciembre 2018 en \$255,851.26 millones de dólares.

5.4.3 Escenario Pesimista

Escenario con los valores de RI más altos, en el sentido en que el tipo de cambio se considera en primer lugar, con pendiente positiva (aumenta su valor con el paso del tiempo) al aumentarle al valor obtenido en el escenario normal (considerado como el 100%) tres veces su coeficiente de variación (**Anexo 14 Estadística Descriptiva Tipo de Cambio**). En el sentido del INPC (**Anexo 15** Estadística Descriptiva INPC) también se le considera un aumento considerable (aunque no lo suficiente para considerarlo como una hiperinflación), y una disminución en la IED (**Anexo 16 Estadística Descriptiva IED**). A continuación se detalla la forma de calcular de cada variable:

- X1, al tipo de cambio se le considera, en primer lugar, con pendiente positiva (aumenta su valor con el paso del tiempo) al aumentarle al valor obtenido en el escenario normal (considerado como el 100%) tres veces su coeficiente de variación (**Anexo 14 Estadística Descriptiva Tipo de Cambio**), y posteriormente a ese valor para el trimestre Abril-Junio 2014 se le aumenta una vez su coeficiente de variación, para el

trimestre Julio-Septiembre ahora se le aumenta dos veces el coeficiente de variación, y así sucesivamente hasta llegar al trimestre Octubre-Diciembre 2018 al cual le es aumentado 19 veces el coeficiente de variación (**Anexo 19** Escenario Pesimista).

- X2, se utilizan los datos obtenidos en el escenario normal (considerado cada dato como 100%) pero le es sumado a ese 100% tres veces el coeficiente de variación (**Anexo 15** Estadística Descriptiva INPC), es decir, los datos mostrados en el escenario normal, son multiplicados cada uno por 103.73% (**Anexo 19** Escenario Pesimista).
- X3, la tasa ISR se mantiene en un valor de 30% para el pronóstico.
- X4, la tasa del IVA se mantiene en un valor de 16% para el pronóstico.
- X5, se utilizan los datos obtenidos en el escenario normal (considerando cada dato como 100%) pero se le resta a ese 100% tres veces el coeficiente de variación (**Anexo 16 Estadística Descriptiva IED**), lo cual quiere decir que los datos mostrados en el escenario normal, son multiplicados cada uno por 57.53% (**Anexo 19** Escenario Pesimista).

Los resultados obtenidos se reflejan en el (**Anexo 19** Escenario Pesimista) Para el trimestre enero-marzo 2014 se estima un valor de las RI de \$214,810.27 millones de dólares, para culminar en octubre-diciembre 2018 con un valor de \$328,724.60 millones de dólares. Se encuentran en este escenario con los datos de RI más altos.

6. Conclusiones

Retomando la relación existente entre inflación e inversión extranjera directa (la cual, al afectar a la IED, afecta de forma indirecta a las RI) esta es igual 0.2553, indicando una relación positiva muy débil en donde, si aumenta la inflación (a través del INPC) también lo hará la IED, aunque no en la misma proporción, (Coeficiente de determinación igual a 0.0651, es decir, esta variable explica el 6.51% de los cambios ocurridos en la IED), que la IED. Por lo que se rechaza la hipótesis número 1 —A menor inflación, mayor Inversión Extranjera Directa, la cual no indica los mismos resultados obtenidos por Castro (2011) quien sostiene que la inflación es un factor determinante que influye en las decisiones sobre invertir en un país, pero esto ¿cómo puede explicarse? Los datos indican que a pesar de que existe inflación, ha aumentado la IED, pues se proponen dos posibles explicaciones a este fenómeno:

- Aumentar el periodo analizado, con una mayor cantidad de datos, se puede explicar mejor el comportamiento de esta variable, con los datos analizados de este periodo se concluye que ha sido controlada la inflación en estos años (Olivas, 2011).
- La tasa de inflación aumenta con el paso del tiempo, su tendencia es positiva, por lo que solo debe ser controlada (Olivas, 2011), y afectaría en la toma de decisión de un país para invertir en otros, en caso de que existiera una hiperinflación (Cruz, Sánchez, & Amann, 2011).

Al analizar la variable tipo de cambio, se calcula una correlación negativa igual a -0.2012, en caso de que el tipo de cambio aumente, la IED disminuirá y viceversa, por lo que se concuerda a lo mencionado por Pong (2011), una disminución en el tipo de cambio de un

país reducirá los costos domésticos (salarios) y es más atractivo para un país invertir en este, por lo que se espera un aumento en la IED, se acepta la hipótesis número 2 a menor cotización del tipo de cambio, existe una mayor Inversión Extranjera Directa.

Con respecto a la variable Tasa de Impuesto Sobre la Renta se tiene una correlación positiva igual 0.2120 con la IED, por lo que un aumento en el porcentaje de esta, influirá para que aumente la IED, por lo que se rechaza la hipótesis número 3 —A menor Tasa de ISR, mayor atractivo para que aumente la Inversión Extranjera Directa, indicando, de acuerdo a Echavarría (2005)) que los impuestos están lejos de ser el único factor que afecta las decisiones de inversión de las empresas, y de hecho, no es el más importante, teniendo mayor peso la localización, los costos laborales y tamaño del mercado, por lo que se podría realizar una investigación sobre qué variable (de las mencionadas por Echavarría) afecta en mayor medida a la IED en México.

En relación a la tasa del IVA, esta arroja un dato interesante, ya que es el mismo valor de correlación que el de la tasa de ISR con la IED ($r = 0.2120$), un aumento en ésta, ocasiona un aumento en la IED, nuevamente se da la misma explicación que se dio en la variable de la tasa de ISR, pero se agrega otro motivo, este impuesto, al ser al consumo (Zaid, 2013), también afecta a la inflación, y como se concluyó en el apartado de inflación, si ésta aumenta, también lo hará la IED, existiendo una clara relación en ambas variables. Se rechaza la hipótesis número 4 “A menor tasa de IVA, mayor Inversión Extranjera Directa. Para la última hipótesis, es necesario retomar la ecuación de regresión múltiple calculada, en donde se conjuntan todas las variables independientes para calcular las RI, en este caso, por cada peso que aumenta la IED, disminuye en 0.00037448 millones de dólares las RI.

Un dato muy interesante, ya que se contrapone a lo expuesto en Colombia (FEDESARROLLO, 2007), donde la IED es una fuente de acumulación de RI. Por lo tanto se rechaza la hipótesis número 5: —A mayor Inversión Extranjera Directa, se incrementan las Reservas Internacionales—. Para explicar esta situación, es importante mencionar que la ecuación de regresión múltiple agrupa los comportamientos que ha tenido en el pasado cada variable. Las variables, al tener una relación directa con la IED, peso más su relación negativa con esta que la positiva. Si la investigación únicamente se hubiera centrado en las RI y la IED, muy probablemente habría salido una relación positiva, pero en este caso, al considerar una mayor cantidad de variables, y que estas influyen positiva y negativamente en la IED (como se observa en las hipótesis), es por eso que está, para el modelo propuesto, influye negativamente en las RI. Otra explicación, sería que las RI disminuyen para apoyar a la IED (Morales, 2013).

También es importante explicar porqué en la ecuación de regresión múltiple se le otorga un valor de cero a la tasa del IVA, si se observa la matriz de correlaciones (Anexo 2) la correlación existente entre la tasa de ISR y del IVA es igual a 1, indicando esto una correlación perfecta, por lo que en la ecuación de regresión múltiple, los cambios ocurridos en la tasa de ISR son los mismos que en la tasa del IVA, por lo que se podría decir que los cambios en el IVA están contemplado en los cambios ocurridos en la tasa del ISR.

Morales (2013) sostiene que la IED ha sido ampliamente apoyada en México, por lo que surge la pregunta ¿Por qué, a pesar de todo el apoyo público que ha recibido la IED, ésta no ha impulsado el crecimiento de la economía nacional? Un tema interesante de estudio.

También es importante mencionar que en un escenario optimista en el que se consideran cambios en las variables que fomentan a un desarrollo económico (disminuir tipo de cambio, inflación y un aumento en la IED), se valúan las RI para el trimestre enero-marzo 2014 en \$163,143.23 millones de dólares, al cual, comparándolo con un escenario pesimista para la economía mexicana (aumento del tipo de cambio e inflación, así como una disminución en la IED) las RI se valúan para el mismo periodo en \$214,810.27 millones de dólares, siendo está una diferencia de \$51,667 millones de dólares. Esto puede explicar, en el sentido de que las RI están invertidas en la moneda estadounidense. (Banco de México, 2013), y que si esta se aprecia, por lo tanto, automáticamente, sufren un incremento las RI. Otra explicación, las RI se utilizan para controlar a las variables como la inflación y el tipo de cambio (Mlodkowski, 2011), por lo que también pueden tener menor valor en un escenario optimista por el hecho de que se están utilizando para mantener dicho escenario. Por último, no debe olvidarse que la ecuación de regresión múltiple es solo un modelo que intenta ser una representación de la realidad, por lo que no deben esperarse los resultados exactos, sino aproximados.

Se tienen disponibles tablas para comprobación de las conclusiones y afirmaciones.

7. Bibliografía

Alcaraz, J. (2014). Políticas de Apoyo a la inversión extranjera directa al exterior de empresas mexicanas , 9(1). *Global Conference On Business & Finance Proceedings*.9, págs. 1603-1608. Global Conference On Business & Finance Proceedings.

- Angeles-Castro, G. (2011). The Effect of Trade and Foreign Direct Investment on Inequality: Do Governance and Macroeconomic Stability Matter? *Economía Mexicana*, 20 (1), 181-219.
- Banco de México. (2013). *¿Qué son las Reservas Internacionales?* Recuperado el 2 de Febrero de 2014, de Banco de México: <http://www.banxico.org.mx/sistema-financiero/material-educativo/basico/fichas/reservas-internacionales/%7B3F01DB52-8470-F85D-5324-0DC63C786619%7D.pdf>
- Banco de México. (2013). *Política Monetaria e Inflación*. Recuperado el 5 de Marzo de 2014, de <http://www.banxico.org.mx/divulgacion/politica-monetaria-e-inflacion/politica-monetaria-inflacion.html>
- Banco de México. (2010). *Tipos de cambio*. Recuperado el 5 de Marzo de 2014, de Banxico: <http://www.banxico.org.mx/ayuda/temas-mas-consultados/tipo-cambio.html>
- Basave Kunhardt, J., & Gutiérrez-Haces, M. (2013). Localización geográfica y sectores de inversión: factores decisivos en el desempeño de las multinacionales mexicanas durante la crisis. *Journal Of Economics, Finance & Administrative Science*, 18 (34), 34-44.
- Camara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (20 de Noviembre de 2013). *Ley de Ingresos de la Federación para el ejercicios fiscal 2014*. Recuperado el 5 de Marzo de 2014, de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIF_2014.pdf
- Chudnovsky, D., & López, A. (2007). Inversión extranjera directa y desarrollo: la experiencia del Mercosur. *Revista De La CEPAL* (92), 7-23.
- Correa, E., & Vidal, G. (2004). Inversión extranjera directa y relocalización en países en desarrollo el caso de México. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía* (55), 258-283.

Cruz, M. (2006). ¿Pueden las reservas internacionales contribuir al crecimiento mexicano?

Economía UNAM, 3 (8), 115-124.

Cruz, M., Sánchez, A., & Amann, E. (2011). (2011). México: Alza de precios de los alimentos y restricciones al crecimiento. , (105). *Revista De La CEPAL* , 77-93.

De la Cruz, J. &. (2006). Comercio internacional, crecimiento económico e inversión extranjera directa: Evidencias de causalidad para México. *Revista De Economía Mundial* (15), 181-202.

Díaz, E. (2010). Política impositiva e inversión extranjera directa en México. *XIII REUNION DE ECONOMIA MUNDIAL* (págs. 1-25). ND: ND.

Echavarría, J. (2005). *Impuestos a las Utilidades e Inversión Extranjera Directa en Colombia*. Colombia: Banco de la República.

Encinas, C. (2009). Competitividad y tipo de cambio en la economía mexicana. *Comercio Exterior*, 59 (3), 182-192.

FEDESARROLLO. (2007). *Impacto de la Inversión Extranjera en Colombia: Situacion Actual y Perspectivas*. Bogotá: ProExport.

Fernández, E. (2006). Inflación y crecimiento económico en México: una relación no lineal. *Economía Mexicana*, 15 (2), 199-249.

Gómez, M., & Reyes, M. (2012). El Impuesto al VAlor Agregado en México, sus excenciones y las diferentes tasas: Factores que afectan la recaudación. *Global Conference On Business & Finance Proceedings*, 7 (1), 980-991.

Herranz, A. B. (2009). Inversión Extranjera Directa y Crecimiento Económico en Latinoamérica. *Información Tecnológica*, 20 (6), 115-124.

II. Los bancos centrales, su participación en el control y manejo de las reservas monetarias internacionales. (1987). *Cuadernos de Investigación Nueva Epoca* (17), 12-14.

- Mántey, G. (2013). ¿Conviene flexibilizar el tipo de cambio para mejorar la competitividad? *Problemas Del Desarrollo. Revista Latinoamericana De Economía*, 44 (175), 9-32.
- Mendoza, E. (2011). Impacto de la Inversión Extranjera Directa en el crecimiento manufacturero en México ., *Problemas Del Desarrollo. Revista Latinoamericana De Economía*, 42 (167), 45-69.
- Mlodkowski, P. (2011). Foreign Exchange Reserve Management in the Eurozone and the Global Interest Rates. *European Integration Studies* (5), 145-151.
- Morales, J. (2010). Inversión Extranjera Directa y Desarrollo en América Latina. *Problemas Del Desarrollo. Revista Latinoamericana De Economía*, 41 (163), 141-156.
- Morales, J. (2013). La inversión extranjera directa en México 1980-2011. *Problemas Del Desarrollo. Revista Latinoamericana De Economía*, 44 (174), 220-223.
- OCDE. (2008). *Tax effects on Foreign Direct Investment*. Policy Brief.
- Olivas, E. (2011). Análisis de la política anti-inflacionaria en México (2008-2009) de acuerdo a un estudio econométrico. *Revista Internacional Administración & Finanzas (RIAF)*, 4 (2), 1-20.
- Osorio, J. (2012). Los pagos provisionales del Impuesto Sobre la Renta de las personas morales en México, transgreden el principio de capacidad contributiva. *Revista Internacional Administración & Finanzas (RIAF)*, 5 (1), 119-129.
- Palomino, R., Pestaño, F., Ro, E., & Olivas, E. (2013). Perspectiva de Reforma Hacendaria al Impuesto al Valor Agregado 2013, en México. *Global Conference On Business & Finance Proceedings*, 9 (1), 1067-1076.

- Pong, L. (2011). Inversión Extranjera Directa y su relación con el Crecimiento Económico de Nicaragua durante el periodo 1994- 2010. Nicaragua.
- Procuraduría de la Defensa del Contribuyente. (2013). *Tasa General IVA en importaciones generales*. México: PRODECON.
- Rodríguez, P., & Ruíz, O. (2013). Acumulación de Reservas Internacionales en Países Emergentes con Tipos de Cambios Flexibles. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana De Economía*, 43 (169), 51-72.
- Rosas, E. (2011). Intervención Esterilizada en los mercados de cambios de América Latina: Brasil, Chile y México. *Problemas Del Desarrollo. Revista Latinoamericana De Economía*, 42 (167), 97-122.
- Sánchez, E. (2014). Nueva ley del Impuesto Sobre la Renta en México. Régimen de Incorporación Fiscal para personas físicas. *Global Conference On Business & Finance Proceedings*, 9 (1), 1560-1564.
- Secretaría de Economía. (5 de Marzo de 2014). *Secretaría de Economía*. Recuperado el 6 de Marzo de 2014, de Inversión EXtranjera Directa: <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/competitividad-normatividad/inversion-extranjera-directa>
- Vargas, C. (2010). ¿Es redistributivo el sistema fiscal en México? La experiencia de 1984-2002. *Estudios Sociales: Revista de investigación científica*, 18 (35), 53-98.
- Zaid, G. (2013). Lo mejor del IVA. *Contenido* (599), 20-23.

Anexos - tablas de datos y gráficas de análisis desarrolladas

Anexo 1 Datos históricos de las variables en un periodo de 2009 a 2013

Trimestre	Reservas Internacionales	Tipo de cambio peso-dólar	INPC (inflación)	Tasa ISR	Tasa IVA	Inversión Extranjera Directa
	Y	X1	X2	X3	X4	X5
Ene-Mar 2009	\$88,738.3833	\$14.3861	\$92.7682	28%	15%	\$5,517,605.50
Abr-Jun 2009	\$82,947.9877	\$13.3135	\$93.3935	28%	15%	\$6,140,212.40
Jul-Sep 2009	\$84,888.6730	\$13.2649	\$93.9780	28%	15%	\$2,482,330.40
Oct-Dic 2009	\$93,083.2330	\$13.0660	\$95.1108	28%	15%	\$2,915,321.20
Ene-Mar 2010	\$100,083.7683	\$12.7726	\$97.1777	30%	16%	\$5,818,393.50
Abr-Jun 2010	\$104,408.9537	\$12.5641	\$97.0922	30%	16%	\$8,992,949.30
Jul-Sep 2010	\$111,597.0773	\$12.7960	\$97.4274	30%	16%	\$3,299,977.40
Oct-Dic 2010	\$118,088.9973	\$12.3883	\$99.1513	30%	16%	\$4,916,068.80
Ene-Mar 2011	\$126,078.6407	\$12.0651	\$100.5430	30%	16%	\$6,968,484.50
Abr-Jun 2011	\$132,110.1643	\$11.7259	\$100.2920	30%	16%	\$5,138,795.60
Jul-Sep 2011	\$140,998.4593	\$12.3163	\$100.7093	30%	16%	\$4,450,681.80
Oct-Dic 2011	\$147,380.8407	\$13.6344	\$102.6220	30%	16%	\$6,451,046.20
Ene-Mar 2012	\$155,020.0943	\$12.9858	\$104.4453	30%	16%	\$5,840,607.50
Abr-Jun 2012	\$160,223.2180	\$13.5566	\$104.1683	30%	16%	\$4,720,655.20
Jul-Sep 2012	\$165,358.6793	\$13.1633	\$105.3287	30%	16%	\$5,359,853.70
Oct-Dic 2012	\$167,575.3557	\$12.9454	\$106.8413	30%	16%	\$1,302,536.40

Ene-Mar 2013	\$171,430.8983	\$12.6489	\$108.2960	30%	16%	\$7,280,529.20
Abr-Jun 2013	\$170,566.0830	\$12.4920	\$108.8100	30%	16%	\$19,307,352.80
Jul-Sep 2013	\$173,778.4340	\$12.9199	\$108.9517	30%	16%	\$3,181,120.40
Oct-Dic 2013	\$178,850.5623	\$13.0288	\$110.7427	30%	16%	\$5,419,364.90

Fuente: Elaboración propia con información de BANXICO (2013)

Anexo 2 Matriz de correlación entre las variables, primer análisis

Concepto	Reservas Internacionales	Tipo de cambio peso-dólar	INPC (inflación)	Tasa ISR	Tasa IVA	Inversión Extranjera Directa
Reservas Internacionales	1					
Tipo de cambio peso-dólar	-0.1663	1				
INPC (inflación)	0.9823	-0.2063	1			
Tasa ISR	0.7071	-0.5253	0.6901	1		
Tasa IVA	0.7071	-0.5253	0.6901	1.0000	1	
Inversión Extranjera Directa	0.2052	-0.2012	0.2553	0.2120	0.21203729	1

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3 Análisis de regresión y correlación múltiple con Excel

Resumen

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0.9864
Coefficiente de determinación R ²	0.9730
R ² ajustado	0.8991
Error típico	6203.6900
Observaciones	20

ANÁLISIS DE VARIANZA

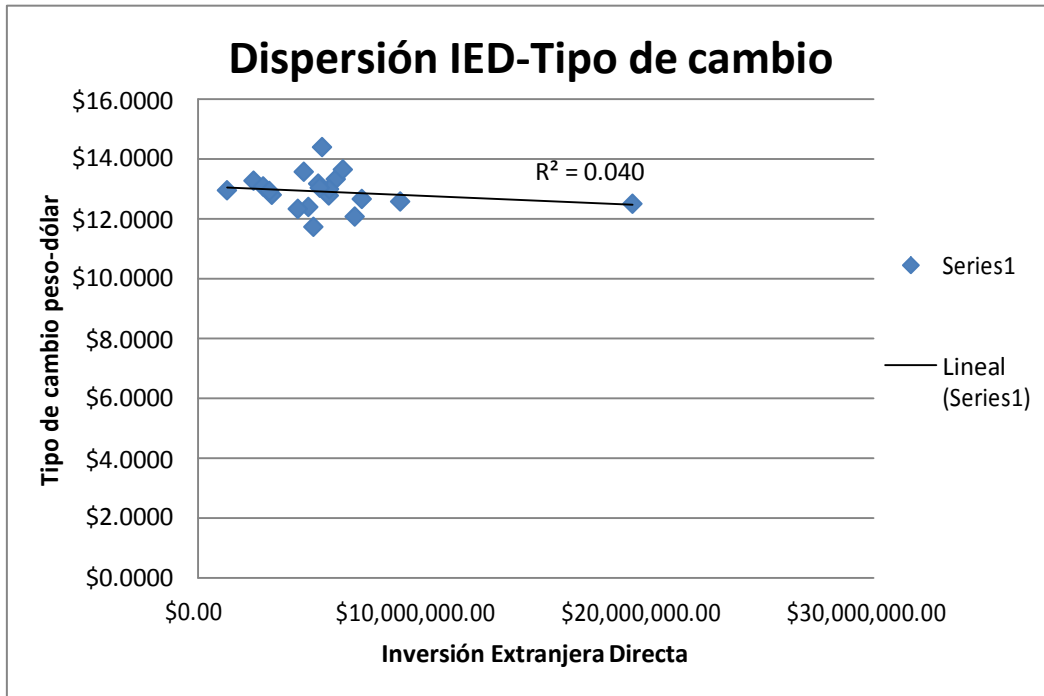
	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	5	20,808,990,023.14	4,161,798,004.63	135.17	0.00
Residuos	15	577,286,544.53	38,485,769.64		
Total	20	21,386,276,567.68			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad Inferior</i>	<i>Superior</i>
--	----------------------	---------------------	----------------------	------------------------------	-----------------

					95%	95%
					-	
Intercepción	-621,655.48	91,204.97	-6.82	0.000583%	816,054.27	-427,256.68
Variable X 1	4,409.46	2,957.15	1.49	15.665959%	-1,893.56	10,712.47
Variable X 2	5,532.64	367.45	15.06	0.000000%	4,749.43	6,315.84
					-	
Variable X 3	471,694.25	285,074.38	1.65	11.876614%	135,927.40	1,079,315.91
Variable X 4	0.00	0.00	65,535.00	#¡NUM!	0.00	0.00
					-	
Variable X 5	-0.00037448	0.000407972	-0.917905999	0.37319209	0.00124405	0.00049509

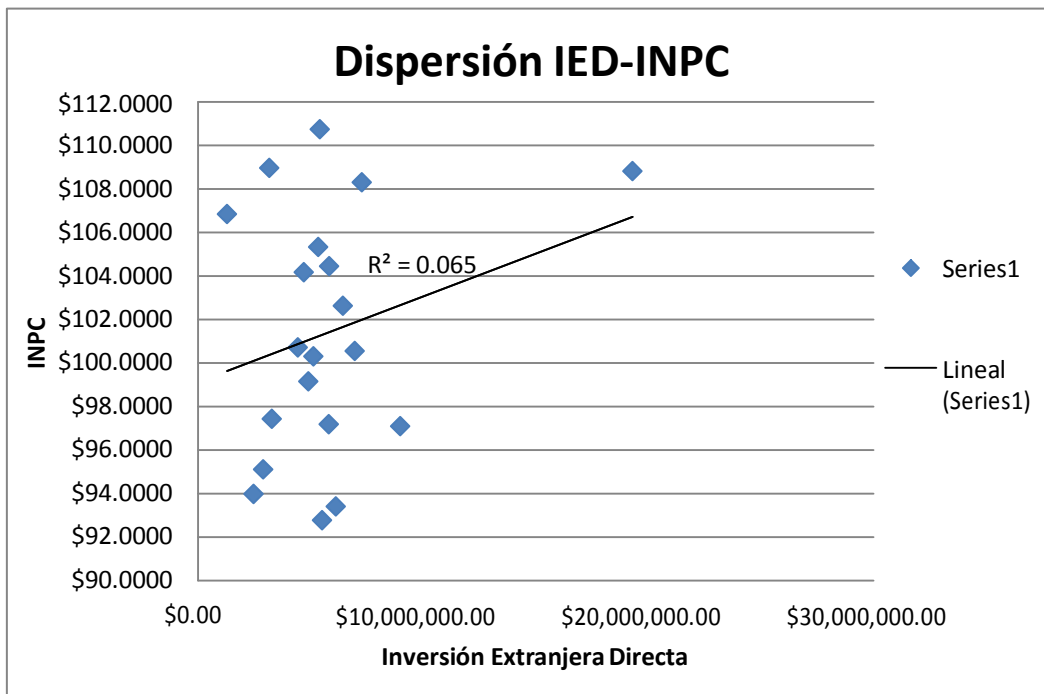
Fuente: Elaboración propia

Anexo 4 Gráfica de dispersión IED-Tipo de cambio



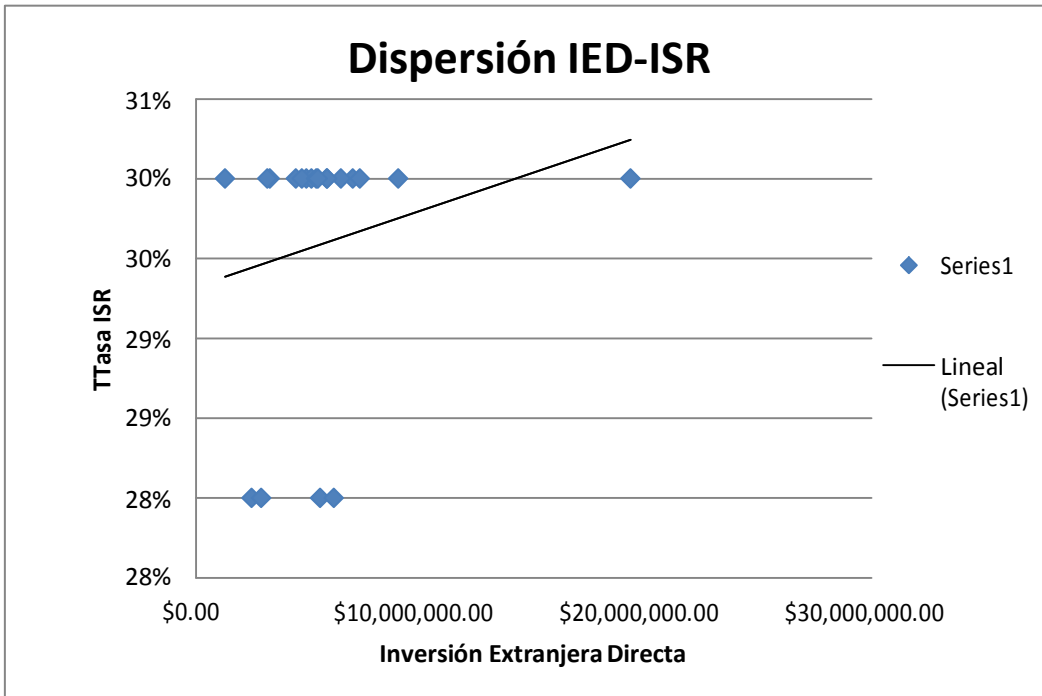
Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5 Gráfica de dispersión IED-INPC



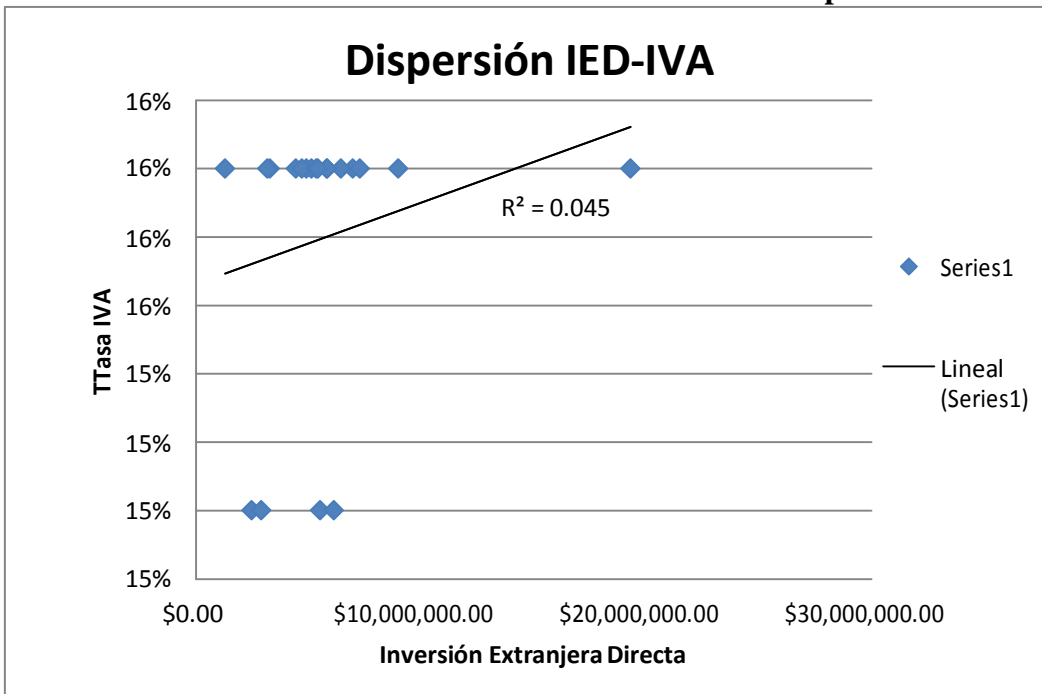
Fuente: Elaboración propia.

Anexo 6 Gráfica de dispersión IED-ISR



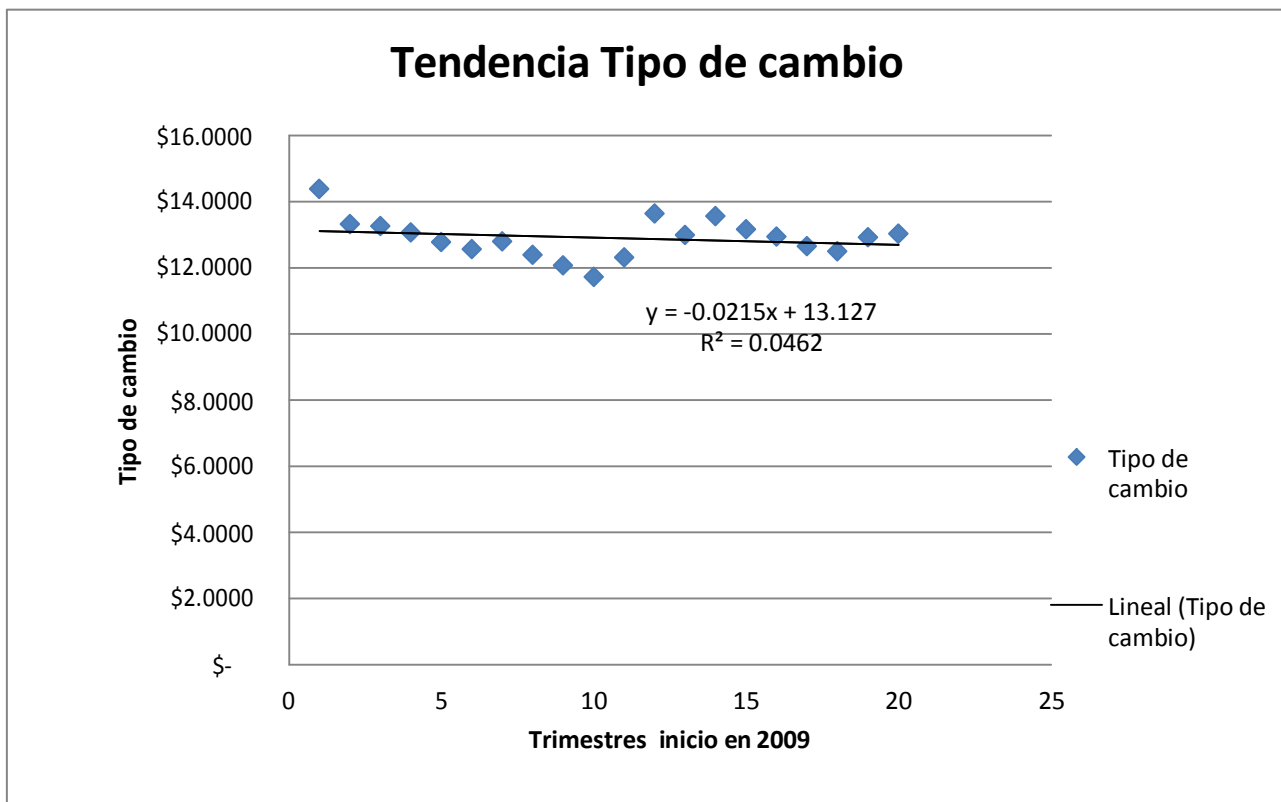
Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7 Gráfica de dispersión IED-ISR



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 8 Gráfica tendencia tipo de cambio



Fuente: Elaboración propia

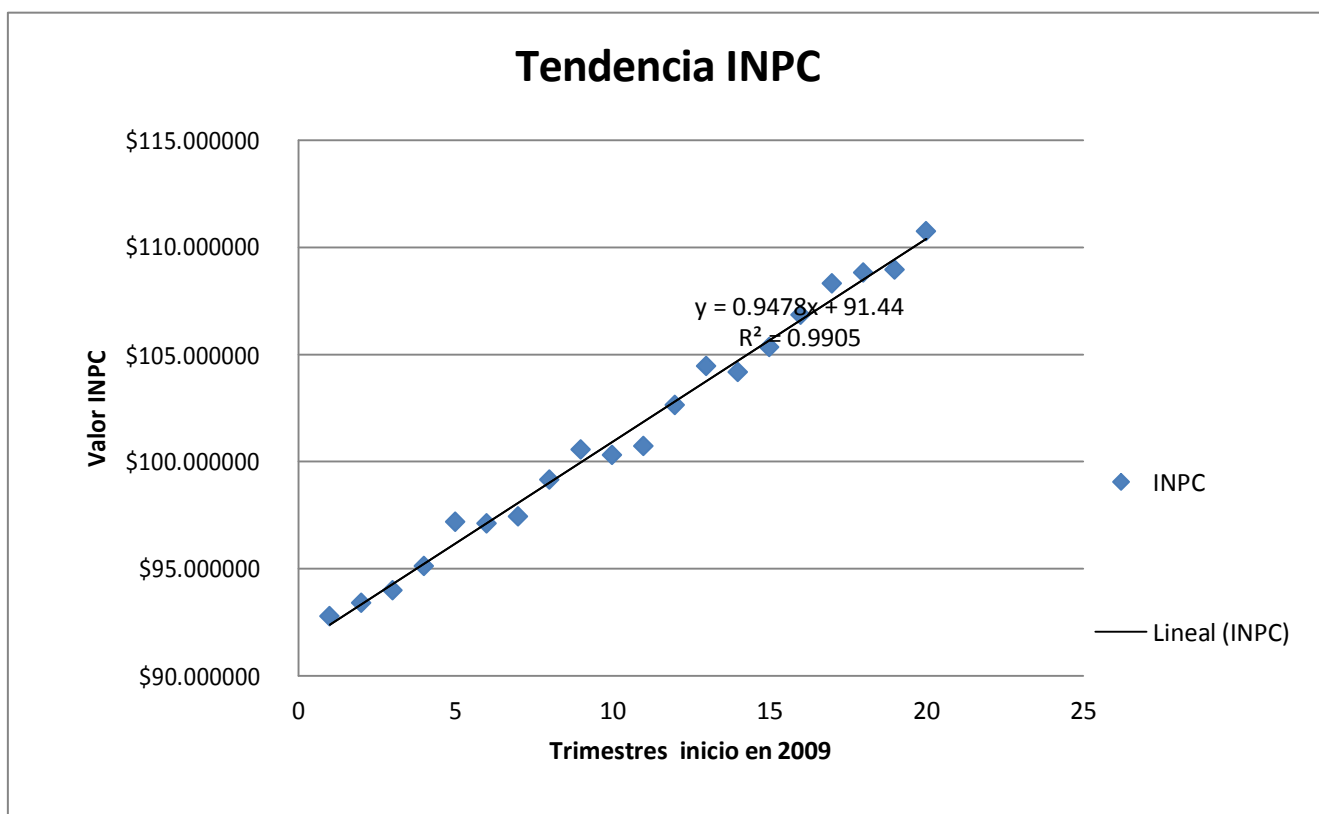
Anexo 9 Pronóstico próximos 5 años tipo de cambio

Ecuación de regresión Y = 13.12 + (0.021 X)					
Trimestre	Periodo	Pronóstico	Trimestre	Periodo	Pronóstico
Ene-Mar 2014	21	\$12.6790	Ene-Mar 2017	33	\$12.4270
Abr-Jun 2014	22	\$12.6580	Abr-Jun 2017	34	\$12.4060
Jul-Sep 2014	23	\$12.6370	Jul-Sep 2017	35	\$12.3850
Oct-Dic 2014	24	\$12.6160	Oct-Dic 2017	36	\$12.3640
Ene-Mar 2015	25	\$12.5950	Ene-Mar 2018	37	\$12.3430
Abr-Jun 2015	26	\$12.5740	Abr-Jun 2018	38	\$12.3220
Jul-Sep 2015	27	\$12.5530	Jul-Sep 2018	39	\$12.3010
Oct-Dic 2015	28	\$12.5320	Oct-Dic 2018	40	\$12.2800

Ene-Mar 2016	29	\$12.5110
Abr-Jun 2016	30	\$12.4900
Jul-Sep 2016	31	\$12.4690
Oct-Dic 2016	32	\$12.4480

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 10 Gráfica tendencia INPC



Fuente: Elaboración propia

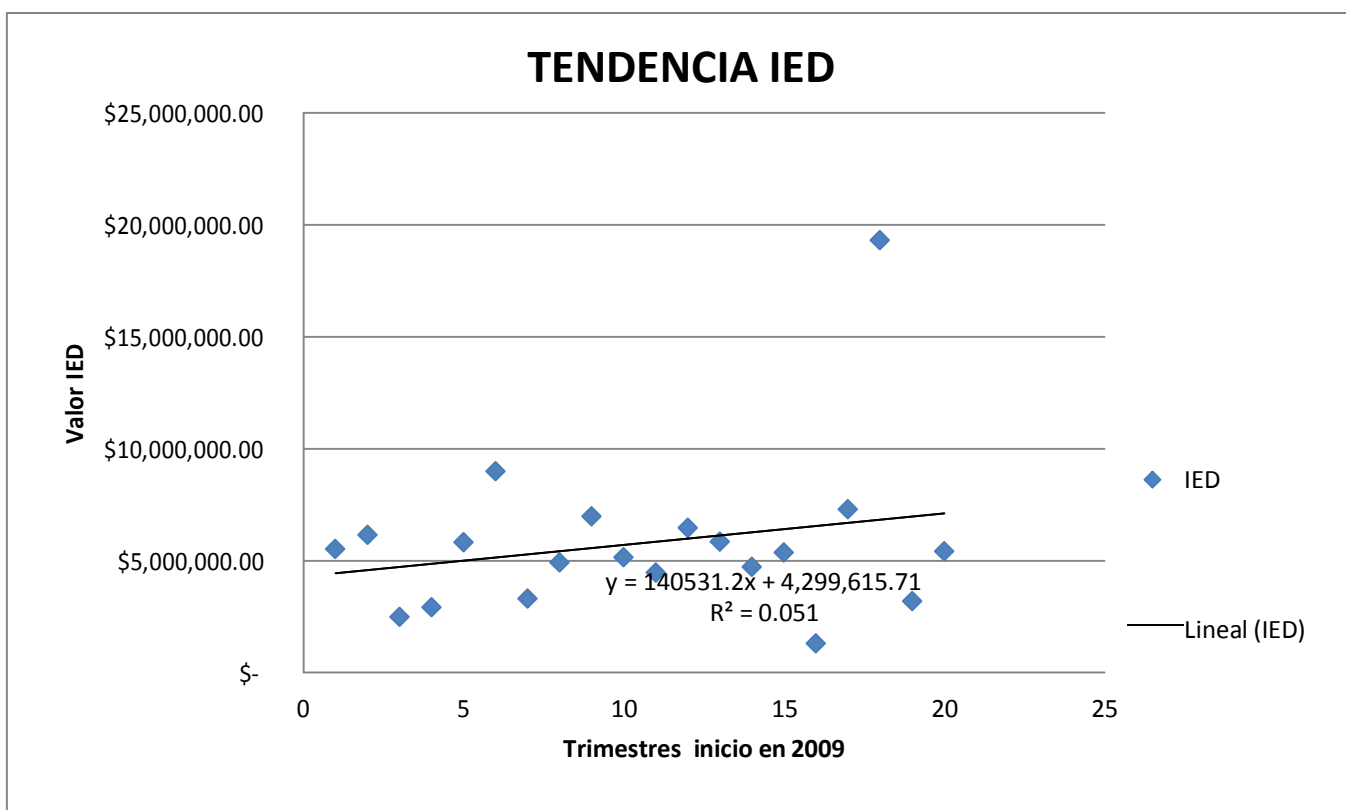
Anexo 11 Pronóstico próximos 5 años INPC

Ecuación de regresión $Y = 91.44 + (0.947 X)$					
Trimestre	Periodo	Pronóstico	Trimestre	Periodo	Pronóstico
Ene-Mar 2014	21	\$111.3270	Ene-Mar 2017	33	\$122.6910
Abr-Jun 2014	22	\$112.2740	Abr-Jun 2017	34	\$123.6380
Jul-Sep 2014	23	\$113.2210	Jul-Sep 2017	35	\$124.5850

Oct-Dic 2014	24	\$114.1680	Oct-Dic 2017	36	\$125.5320
Ene-Mar 2015	25	\$115.1150	Ene-Mar 2018	37	\$126.4790
Abr-Jun 2015	26	\$116.0620	Abr-Jun 2018	38	\$127.4260
Jul-Sep 2015	27	\$117.0090	Jul-Sep 2018	39	\$128.3730
Oct-Dic 2015	28	\$117.9560	Oct-Dic 2018	40	\$129.3200
Ene-Mar 2016	29	\$118.9030			
Abr-Jun 2016	30	\$119.8500			
Jul-Sep 2016	31	\$120.7970			
Oct-Dic 2016	32	\$121.7440			

Fuente: Elaboración propia

Anexo 12 Gráfica tendencia Inversión Extranjera Directa



Fuente: Elaboración propia

Anexo 13 Pronóstico próximos 5 años Inversión Extranjera Directa

Ecuación de regresión $Y = 140,531.2 + (4,299,615.71 X)$					
Trimestre	Periodo	Pronóstico	Trimestre	Periodo	Pronóstico
Ene-Mar 2014	21	\$90,432,461.11	Ene-Mar 2017	33	\$142,027,849.63
Abr-Jun 2014	22	\$94,732,076.82	Abr-Jun 2017	34	\$146,327,465.34
Jul-Sep 2014	23	\$99,031,692.53	Jul-Sep 2017	35	\$150,627,081.05
Oct-Dic 2014	24	\$103,331,308.24	Oct-Dic 2017	36	\$154,926,696.76
Ene-Mar 2015	25	\$107,630,923.95	Ene-Mar 2018	37	\$159,226,312.47
Abr-Jun 2015	26	\$111,930,539.66	Abr-Jun 2018	38	\$163,525,928.18
Jul-Sep 2015	27	\$116,230,155.37	Jul-Sep 2018	39	\$167,825,543.89
Oct-Dic 2015	28	\$120,529,771.08	Oct-Dic 2018	40	\$172,125,159.60
Ene-Mar 2016	29	\$124,829,386.79			
Abr-Jun 2016	30	\$129,129,002.50			
Jul-Sep 2016	31	\$133,428,618.21			
Oct-Dic 2016	32	\$137,728,233.92			

Fuente: Elaboración propia

Anexo 14 Estadística Descriptiva Tipo de Cambio

Tipo de cambio

Media	12.9017022
Error típico	0.13232464
Mediana	12.9326083
Moda	#N/A
Desviación estándar	0.59177379
Varianza de la muestra	0.35019621
Curtosis	1.18069373
Coefficiente de	0.39904329

Coefficiente de variación	1.03%
----------------------------------	--------------

Optimista	Constante	Pesimista
96.92%	97.95%	103.08%
100% - 3 veces	100% - 2 veces	100% + 3 veces

asimetría	
Rango	2.66019044
Suma	258.034044
Cuenta	20

coeficiente de variación	coeficiente de variación	coeficiente de variación
--------------------------	--------------------------	--------------------------

Fuente: Elaboración propia

Anexo 15 Estadística Descriptiva INPC

<i>INPC</i>	
Media	101.392473
Error típico	1.25986911
Mediana	100.626167
Moda	#N/A
Desviación estándar	5.63430593
Varianza de la muestra	31.7454033
	-
Curtosis	1.20133634
Suma	2027.84946
Cuenta	20

Coeficiente de variación	1.24%
---------------------------------	--------------

Optimista	Constante	Pesimista
96.27%	97.51%	103.73%
100% - 3 veces	100% - 2 veces	100% + 3 veces
coeficiente de variación	coeficiente de variación	coeficiente de variación

Fuente: Elaboración propia

Anexo 16 Estadística Descriptiva IED

<i>IED</i>	
Media	5775194.34
Error típico	817597.199
Mediana	5389609.3
Moda	#N/A
Desviación estándar	3656405.83
Varianza de la muestra	1.3369E+13
Curtosis	10.3315895
Rango	18004816.4
Cuenta	20

Coefficiente de variación	14.16%
----------------------------------	---------------

Optimista	Constante	Pesimista
142.47%	128.31%	57.53%
100% + 3 veces coeficiente de variación	100% + 2 veces coeficiente de variación	100% - 3 veces coeficiente de variación

Fuente: Elaboración propia

Anexo 17 Escenario Normal

ESCENARIO NORMAL, VALORES PARA CADA VARIABLE						
Trimestre	X1	X2	X3	X4	X5	Y
Ene-Mar 2014	\$12.68	\$111.33	30%	16%	\$7,250,770.91	\$188,976.75
Abr-Jun 2014	\$12.66	\$112.27	30%	16%	\$7,391,302.11	\$194,070.93
Jul-Sep 2014	\$12.64	\$113.22	30%	16%	\$7,531,833.31	\$199,165.11
Oct-Dic 2014	\$12.62	\$114.17	30%	16%	\$7,672,364.51	\$204,259.29
Ene-Mar 2015	\$12.60	\$115.12	30%	16%	\$7,812,895.71	\$209,353.47
Abr-Jun 2015	\$12.57	\$116.06	30%	16%	\$7,953,426.91	\$214,447.65
Jul-Sep 2015	\$12.55	\$117.01	30%	16%	\$8,093,958.11	\$219,541.84
Oct-Dic 2015	\$12.53	\$117.96	30%	16%	\$8,234,489.31	\$224,636.02
Ene-Mar 2016	\$12.51	\$118.90	30%	16%	\$8,375,020.51	\$229,730.20
Abr-Jun 2016	\$12.49	\$119.85	30%	16%	\$8,515,551.71	\$234,824.38
Jul-Sep 2016	\$12.47	\$120.80	30%	16%	\$8,656,082.91	\$239,918.56

Oct-Dic 2016	\$12.45	\$121.74	30%	16%	\$8,796,614.11	\$245,012.74
Ene-Mar 2017	\$12.43	\$122.69	30%	16%	\$8,937,145.31	\$250,106.92
Abr-Jun 2017	\$12.41	\$123.64	30%	16%	\$9,077,676.51	\$255,201.10
Jul-Sep 2017	\$12.39	\$124.59	30%	16%	\$9,218,207.71	\$260,295.29
Oct-Dic 2017	\$12.36	\$125.53	30%	16%	\$9,358,738.91	\$265,389.47
Ene-Mar 2018	\$12.34	\$126.48	30%	16%	\$9,499,270.11	\$270,483.65
Abr-Jun 2018	\$12.32	\$127.43	30%	16%	\$9,639,801.31	\$275,577.83
Jul-Sep 2018	\$12.30	\$128.37	30%	16%	\$9,780,332.51	\$280,672.01
Oct-Dic 2018	\$12.28	\$129.32	30%	16%	\$9,920,863.71	\$285,766.19

Fuente: Elaboración propia

Anexo 18 Escenario Optimista

ESCENARIO OPTIMISTA, VALORES PARA CADA VARIABLE						
Trimestre	X1	X2	X3	X4	X5	Y
Ene-Mar 2014	\$12.29	\$107.18	30%	16%	\$10,330,256.89	\$163,143.23
Abr-Jun 2014	\$12.27	\$108.09	30%	16%	\$10,530,473.31	\$168,022.60
Jul-Sep 2014	\$12.25	\$109.00	30%	16%	\$10,730,689.73	\$172,901.97
Oct-Dic 2014	\$12.23	\$109.91	30%	16%	\$10,930,906.15	\$177,781.34
Ene-Mar 2015	\$12.21	\$110.82	30%	16%	\$11,131,122.57	\$182,660.71
Abr-Jun 2015	\$12.19	\$111.74	30%	16%	\$11,331,338.99	\$187,540.08
Jul-Sep 2015	\$12.17	\$112.65	30%	16%	\$11,531,555.41	\$192,419.45
Oct-Dic 2015	\$12.15	\$113.56	30%	16%	\$11,731,771.83	\$197,298.82
Ene-Mar 2016	\$12.13	\$114.47	30%	16%	\$11,931,988.25	\$202,178.19
Abr-Jun 2016	\$12.11	\$115.38	30%	16%	\$12,132,204.67	\$207,057.56
Jul-Sep 2016	\$12.09	\$116.29	30%	16%	\$12,332,421.09	\$211,936.93
Oct-Dic 2016	\$12.07	\$117.21	30%	16%	\$12,532,637.51	\$216,816.30
Ene-Mar 2017	\$12.04	\$118.12	30%	16%	\$12,732,853.93	\$221,695.67
Abr-Jun 2017	\$12.02	\$119.03	30%	16%	\$12,933,070.35	\$226,575.04

Jul-Sep 2017	\$12.00	\$119.94	30%	16%	\$13,133,286.77	\$231,454.41
Oct-Dic 2017	\$11.98	\$120.85	30%	16%	\$13,333,503.19	\$236,333.78
Ene-Mar 2018	\$11.96	\$121.76	30%	16%	\$13,533,719.61	\$241,213.15
Abr-Jun 2018	\$11.94	\$122.68	30%	16%	\$13,733,936.03	\$246,092.52
Jul-Sep 2018	\$11.92	\$123.59	30%	16%	\$13,934,152.45	\$250,971.89
Oct-Dic 2018	\$11.90	\$124.50	30%	16%	\$14,134,368.87	\$255,851.26

Fuente: Elaboración propia

Anexo 19 Escenario Pesimista

ESCENARIO PESIMISTA, VALORES PARA CADA VARIABLE						
Trimestre	X1	X2	X3	X4	X5	Y
Ene-Mar 2014	\$13.07	\$115.48	30%	16%	\$4,171,284.93	\$214,810.27
Abr-Jun 2014	\$13.20	\$116.46	30%	16%	\$4,252,130.91	\$220,805.76
Jul-Sep 2014	\$13.34	\$117.44	30%	16%	\$4,332,976.89	\$226,801.25
Oct-Dic 2014	\$13.47	\$118.42	30%	16%	\$4,413,822.87	\$232,796.74
Ene-Mar 2015	\$13.61	\$119.41	30%	16%	\$4,494,668.85	\$238,792.23
Abr-Jun 2015	\$13.74	\$120.39	30%	16%	\$4,575,514.83	\$244,787.72
Jul-Sep 2015	\$13.87	\$121.37	30%	16%	\$4,656,360.81	\$250,783.21
Oct-Dic 2015	\$14.01	\$122.35	30%	16%	\$4,737,206.79	\$256,778.70
Ene-Mar 2016	\$14.14	\$123.34	30%	16%	\$4,818,052.77	\$262,774.20
Abr-Jun 2016	\$14.28	\$124.32	30%	16%	\$4,898,898.75	\$268,769.69
Jul-Sep 2016	\$14.41	\$125.30	30%	16%	\$4,979,744.73	\$274,765.18
Oct-Dic 2016	\$14.54	\$126.28	30%	16%	\$5,060,590.71	\$280,760.67
Ene-Mar 2017	\$14.68	\$127.26	30%	16%	\$5,141,436.69	\$286,756.16
Abr-Jun 2017	\$14.81	\$128.25	30%	16%	\$5,222,282.67	\$292,751.65
Jul-Sep 2017	\$14.95	\$129.23	30%	16%	\$5,303,128.65	\$298,747.14
Oct-Dic 2017	\$15.08	\$130.21	30%	16%	\$5,383,974.63	\$304,742.64
Ene-Mar 2018	\$15.21	\$131.19	30%	16%	\$5,464,820.61	\$310,738.13

Abr-Jun 2018	\$15.35	\$132.18	30%	16%	\$5,545,666.59	\$316,733.62
Jul-Sep 2018	\$15.48	\$133.16	30%	16%	\$5,626,512.57	\$322,729.11
Oct-Dic 2018	\$15.62	\$134.14	30%	16%	\$5,707,358.55	\$328,724.60

Fuente: Elaboración propia

Cambio estructural y crecimiento económico en la economía mexicana

José Luis Hernández Mota

Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, Departamento de Economía.

Resumen

El propósito de este trabajo es mostrar la experiencia del crecimiento de la economía mexicana y la política macroeconómica implementada para conseguirlo analizando, tanto teórica como empíricamente, el papel de la política económica en el proceso de transformación estructural de la economía, concluyendo que para lograrlo es necesario cambiar el mecanismo de los precios por el del ingreso, en donde el papel de la política fiscal es fundamental para generar el cambio estructural que permita conseguirlo. El principio en el que se basa radica en la proposición de que el gasto público productivo puede tener la propiedad de complementariedad productiva en los procesos productivos privados y apoyar la creación de valor, necesaria para el incremento de la competitividad en el proceso comercial mundial que permita la salida de procesos de crisis o estancamiento económico.

Palabras clave: Crecimiento Económico, Política Económica, Cambio Estructural.

Clasificación JEL: B40, C61, E22, O40.

I. Introducción

La problemática del crecimiento económico de las economías en vías de desarrollo ha sido una constante. En el caso particular de la economía mexicana, esto es mayormente patente desde el agotamiento del modelo de sustitución de importaciones a finales de la década de 1960, profundizándose con la crisis de la deuda en 1982. Por principio de cuentas, esta crisis propició un viraje de la política macroeconómica donde el objetivo del desarrollo se cambió por el de estabilidad, lo cual generó una serie de reformas estructurales de primera generación consistentes en un proceso de apertura comercial, corrección fiscal, desregulación, estabilización y privatización, principalmente.

Esta nueva práctica económica se fundamentó en extender la libertad de los mercados para que al crear un ambiente favorable permitieran generar oportunidades de inversión. Ello bajo la perspectiva de diseñar políticas públicas acordes con el mantenimiento e incremento de la productividad que llevaran a la cohesión de un crecimiento económico sostenido con un shock productivo sin efectos recesivos sobre la economía.

Sin embargo, aun cuando en la actualidad académica se acepte que la concepción metodológica de la macroeconomía sea el explicar como funciona una economía en condiciones ideales, sobre todo en el largo plazo, haciendo converger a las teorías del crecimiento y del ciclo económico, los últimos acontecimientos derivados de la crisis de 2008 han provocado una vuelta a la concepción keynesiana de corto plazo sobre la política económica.

De esta manera, el objetivo del trabajo es analizar el rol de la política económica dentro del marco del proceso de cambio estructural y crecimiento de la economía mexicana. En primer

término, se presenta el análisis del papel de la política económica en el proceso de transformación estructural de la economía, concluyendo que para lograrlo es necesario cambiar el mecanismo de los precios por el del ingreso, en donde el papel de la política fiscal es fundamental para generar el cambio estructural que permita conseguirlo. Después se analiza el proceso de crecimiento económico y sus problemas inherentes a la concepción ortodoxa mostrando la experiencia del crecimiento de la economía mexicana y la política macroeconómica implementada para conseguirlo y, por último, se derivan algunas consideraciones.

II. Política económica y cambio estructural

Generalmente la noción tradicional de cambio estructural se concibió para denominar el conjunto de reformas estructurales que debían poner en marcha las economías latinoamericanas para enfrentar los desequilibrios macroeconómicos que se presentaron a inicios de la década de 1980 a 1990. Dichos desequilibrios se manifestaban en procesos inflacionarios elevados, escasa o nula competitividad y déficit fiscales estructurales.

En este sentido, las medidas implementadas para promover la estabilidad y generar las bases de un crecimiento sostenido, fueron la apertura externa, la liberalización de los mercados, la privatización de empresas estatales, el cambio del régimen del tipo de cambio, la autonomía de la autoridad monetaria, la eliminación del déficit fiscal, entre otras. Estas medidas se han clasificado como reformas de primera generación y, en términos del análisis del crecimiento económico neoclásico desarrollado a partir de Solow (1956), concuerdan con sus conclusiones acerca de que sólo la normativa y las instituciones públicas eficientes

afectan al crecimiento económico³⁹. Es por ello que la concepción tradicional de la política económica en general ha sido la de ser una herramienta de estabilización económica. Lo cual ha significado entonces que ésta se conciba sin ninguna influencia sobre la tasa de crecimiento de largo plazo, sobre todo porque su tratamiento ha sido contemplado desde el lado de la oferta⁴⁰ y no de la demanda. Por tanto, las únicas políticas que podrían contribuir al crecimiento, son aquellas que provoquen cambios estructurales que afecten el crecimiento poblacional o la eficiencia productiva de la fuerza laboral por medio de la liberalización de los mercados.

No obstante, estas reformas pueden considerarse, de acuerdo con Stiglitz (1996) y Chang (2000), como las antípodas de las medidas de política económica que las economías del sudeste asiático llevaron a cabo en términos de privatización de empresas públicas, regímenes cambiarios, políticas monetarias y de promoción de exportaciones y represión de las importaciones.

Sin embargo, a inicios del presente siglo, derivado de los procesos de evaluación de las reformas estructurales implementadas en la década de 1980 a 1990 -donde la característica

³⁹La influencia de estos factores se explica por la tradición neoclásica de enfocar a la asignación de recursos (eficiencia económica) como el problema principal de la economía, entonces es entendible que el problema de la distribución se haya considerado sólo como un aspecto de los precios y de la asignación de factores. Ello imposibilita per se la acción pública mediante políticas que afecten la demanda autónoma agregada e incidan sobre los componentes productivos de la economía. Se deduce, por tanto, que si las fuerzas competitivas operan a través de variaciones en los precios relativos y en la sustitución de factores, entonces ello genera una tendencia al pleno empleo y a la explotación de los potenciales de crecimiento de la economía, sin necesidad de recurrir a ninguna fuerza externa. Por consecuencia, la posibilidad de referir la influencia de los componentes autónomos de la demanda sobre el crecimiento de largo plazo, desaparece dada la eficiencia con la que se combinan los insumos productivos y las decisiones de capitalización del sector privado. Como consecuencia, en las tres décadas posteriores, la prescripción era que no había ninguna política pública que influyera permanentemente, de modo directo o indirecto, sobre la tasa de ahorro, la eficiencia tecnológica, el stock de capital productivo de la economía o la tasa de crecimiento del factor trabajo.

⁴⁰Aunque desde hace poco más de dos décadas éste interés ha cambiado por la trascendencia social y empírica que conlleva el descenso de las tasas de crecimiento observadas, impulsando al análisis de la generación endógena de crecimiento mediante los instrumentos de política pública.

principal de la mayor parte de las economías emergentes latinoamericanas que implementaron reformas de primera generación, es que no se tuvo éxito en la generación de procesos sostenidos de crecimiento-, se ha llamado a emprender de nueva cuenta una serie de reformas estructurales de —segunda generación‖ que conduzcan a retomar el cauce del crecimiento sostenido. No obstante, merece destacarse que la visión común sobre las políticas de cambio estructural de —segunda generación‖, son aquellas que postulan la intensificación de las reformas emprendidas inicialmente, como la liberalización de los mercados, la apertura externa y la privatización total, dejando todo el proceso productivo en manos de las decisiones del sector privado.

Por su parte, las políticas de cambio estructural de segunda generación alternativas a la visión tradicional, destacan el nuevo papel de la política económica como complemento de los procesos productivos privados (Stiglitz, 2003) y son aquellas que buscan la recomposición del gasto público de improductivo a productivo, la utilización de la política monetaria para promover el crédito interno en actividades productivas y la generación de políticas industriales que impulsen y protejan los proyectos productivos de largo plazo.

Así, aunque ambas visiones postulan políticas que pretenden atacar el problema de fondo: la distorsión de la capacidad productiva; para conformar aparatos productivos competitivos, las medidas son diametralmente opuestas. Mientras una visión postula reformas de estabilización económica de corto plazo, mediante el diseño de una política económica que afecta el mecanismo de precios y que se encargue de administrar la seguridad institucional para la operación del sector privado en la economía; la segunda visión opta por reformas de largo plazo que impacten directamente la productividad de la economía y con ello la

flexibilidad de las actividades productivas que genere un equilibrio sostenido en el largo plazo. Esto último permitiría que, ante situaciones de crisis, se pueda tener respuestas competitivas inmediatas, con diseños de política económica basados en el mecanismo de ingreso que generen shocks productivos y estimulen los planes de inversión privados que respondan tanto a la demanda interna como externa.

Por consiguiente, si la definición del desarrollo teórico siguiente esta enmarcado dentro de la segunda visión, entonces debemos empezar concibiendo al cambio estructural como una transformación de los componentes que inciden tanto en la acumulación de factores productivos como el trabajo, el capital, el cambio tecnológico, etc., como en la factibilidad de la expansión de la economía en su conjunto de forma que permita un equilibrio de largo plazo, con procesos de estabilidad de corto plazo.

Para lograr dicha transformación, se requiere una coordinación misma que solo puede estar diseñada desde la política económica. Ello significa que el sector público debe adquirir un papel relevante donde, además de fungir como coordinador de esfuerzos entre todos los agentes de una economía, también tiene el papel de imponer la visión de largo plazo que provoque las transformaciones necesarias de la estructura productiva que conduzcan a un equilibrio flexible de largo plazo con procesos estables de corto plazo.

En este sentido, la política de gasto público se vuelve fundamental para la promoción y sostenimiento de las políticas de cambio estructural al priorizar las necesidades productivas que se buscan cubrir, afectando el ingreso de largo plazo con una flexibilidad real basada en las capacidades productivas generadas. Mientras la política monetaria, además de

complementar, conjuntamente con la política tributaria, a la política de gasto público, es el principal sostén de la estabilidad macroeconómica de corto plazo que permite que las reformas estructurales promovidas sean sostenibles en el largo plazo al no provocar distorsiones del mecanismo de precios.

Sin embargo, esta nueva perspectiva sobre la intervención pública en el proceso económico, para ser completa y eficiente en el establecimiento de una trayectoria económica de largo plazo, fomentar la actividad empresarial y socializar el riesgo, donde estas dos últimas son las condicionantes para lograr lo primero, tiene que estar íntimamente ligada a la aceptación de que el desarrollo económico produce una transformación económica. Esta transformación es, al mismo tiempo, un proceso creativo y destructivo⁴¹, debido a que las economías modernas presentan estructuras complejas. La característica del proceso es que el reemplazo de una parte de la estructura vigente con elementos modernos es impensable e impracticable debido a que generan una reconstrucción costosa. Mientras que la desaparición, en algunos casos, de otros componentes de la misma estructura vigente, no es posible llevar a cabo producto de la interdependencia en el uso de los factores productivos y de la dispersión de su propiedad.

Esto significa que una transformación de la estructura económica requiere de cambios simultáneos de muchos de sus elementos. Sin embargo, quienes tienen el control privado de los factores productivos son generalmente incapaces de iniciar y llevar a cabo dicha

⁴¹ Esta concepción del proceso creativo-destructivo de la estructura económica, donde la innovación empresarial es lo que genera grandes transformaciones tanto en lo económico como en lo social, implica que se producen ciclos económicos que generan procesos de destrucción creativa, donde las crisis son oportunidades de generación de innovaciones del espíritu emprendedor. Esta idea muestra que los procesos tecnológicos pueden generarse endógenamente y provocar un crecimiento económico. Al respecto, cfr. Aghion and Howitt (1992)

transformación debido a que carecen de una visión sistémica, puesto que sus intereses predominan por encima de los intereses de la economía en conjunto. En consecuencia, el Estado tiene que ser el encargado de brindar una visión coherente del futuro de la economía. Para ello, debe coordinar a los participantes del sector privado hacia una acción concertada de fomento económico, mediante los instrumentos de política económica que pueda ejercerse a través del sector público⁴² de la economía. Asimismo, debe llevar a cabo procesos de ingeniería social que conduzcan a la creación de instituciones que sean capaces de dar continuidad al proceso de reproducción social⁴³. Ello con el fin de que generen la base para la implantación de reformas estructurales, basadas en el mecanismo de ingreso y no en el mecanismo de precios, como tradicionalmente se concibe a las políticas de cambio estructural.

En este sentido, el reto consiste en hacer compatibles los intereses del Estado e identificarlos con el bienestar general a largo plazo de la economía. Esto implica demostrar la necesidad de un cambio estructural donde el Estado coordine los esfuerzos y sea el responsable del manejo de conflictos, brindando una visión del futuro⁴⁴ capaz de establecer

⁴² Utilizaremos el término *sector público* para referirnos a la manifestación de la intervención del Estado en la economía, el cual se da por intermediación directa del gobierno y sus instituciones autónomas de ésta pero con carácter de actuación pública y social, con asignaciones presupuestarias financiadas por la penalización tributaria de los agentes económicos que conforman una sociedad, permitiéndose así dividir a la economía en sectores de participación y decisión.

⁴³ Es importante destacar que la *reproducción social* implica considerar a la intervención del Estado en la economía como un asunto que no es ajeno a la formación y mantenimiento del Estado-Nación. Al contrario, la legitimidad del Estado, en un marco social determinado, pasa por su actuación económica, generándose un proceso de reproducción social el cual tiene lugar en el ámbito de satisfacción de las necesidades de consumo y producción de la sociedad. En este sentido, el reto del Estado, por intermedio de su ejecutor, o más ampliamente, el sector público, consiste en lograr que sus intereses se identifiquen con el bienestar público a largo plazo, por lo que se requiere que éste coordine los esfuerzos y sea el responsable del manejo de conflictos que impida el rompimiento social.

⁴⁴ El potencial que puede proporcionar la *“visión del futuro”* del Estado para conseguir un cambio estructural de importancia considerable para la generación del crecimiento económico de largo plazo, es amplio y perfectamente demostrable pues sólo basta recordar las historias de éxito de Alemania, Japón y China a fines del siglo XIX y XX, y principios del XXI, respectivamente. Obviamente ha de señalarse que no se está afirmando que el Estado tenga necesariamente una capacidad superior para identificar una mejor ruta para la economía nacional que cualquier miembro del sector privado; sino que, por definición, el Estado constituye el único agente que puede (aunque decida no hacerlo en algunos casos y situaciones) representar el interés de la sociedad en conjunto. Sin embargo, también debe señalarse que

una trayectoria de crecimiento económico de largo plazo, fomentando la actividad empresarial y socializando el riesgo. De tal manera que la mejora de la competitividad de la economía en su conjunto sea factible en el ámbito de las economías modernas y en desarrollo, capaz de producir un —milagro económico⁴⁵.

Esto entonces debe ser el incentivo para llevar a cabo la transformación de una economía con un desempeño pobre, por carencias estructurales, a una economía con un alto desempeño. ¿Qué se necesita para lograrlo? Podemos encontrar la respuesta en las diferencias en la infraestructura económica y social prevalecientes en cada una de las economías, como determinantes estructurales de las diferencias entre los ingresos de unas y otras. Por tanto, si se modifican las diferencias puede conducir a cambios en el ingreso. Así, una hipótesis sería sostener que reformas estructurales que generen un ambiente económico donde existen incentivos hacia las actividades productivas, permiten desplazar el estado estacionario a largo plazo. Estas reformas deben promover políticas públicas que estimulen la inversión, la acumulación de habilidades, la transferencia de tecnología y el uso eficiente de los recursos disponibles, de tal manera que el cambio estructural logrado adopte el principio de la dinámica transicional con la capacidad de producir un milagro del crecimiento.

está latente el riesgo de que la visión conduzca a situaciones contrarias a lo deseado, sobre todo cuando no existe consenso por los actores pertinentes del sistema económico y de la lucha por el poder. Esto es, cuando en el seno de las instituciones públicas, en los representantes del Estado, prevalece una incoherencia organizativa, o cuando las presiones de los grupos de interés, políticos y económicos, o de los intereses propios de quienes conforman el aparato estatal, presionan de tal manera que se genera lo que los críticos a la economía del bienestar denominaron como “*fallas de gobierno*”, Cfr. Cowen (1988).

⁴⁵ La concepción de —milagro económico⁴⁵ parte del trabajo de Lucas (1988 y 1993), donde se concibe a éste como un reflejo de los movimientos de una economía dentro de la distribución del ingreso mundial, de tal manera que un país desplace sus ingresos relativos en estado estacionario bajos a otro donde sean altos, por lo que este país tiene que crecer con mayor rapidez que los que quiere alcanzar o desplazar. De acuerdo con la dinámica transicional de una economía en crecimiento, cuanto más lejos se encuentre un país de su estado estacionario, tanto más rápido crecerá hasta completar la transición al nuevo estado estacionario y el crecimiento económico regresará a la tasa de crecimiento determinada por la tasa a la que se expanda la frontera tecnológica mundial. Lo anterior significa que todos los —milagros económicos⁴⁵ tienen fin, pero no por ello dejan de ser milagros, (al respecto véase Solimano, 1998).

Lo anterior es posible, aun cuando durante el pasado, el proceso de crecimiento económico haya sido esporádico e inconsistente. De acuerdo con los diferentes estudios reunidos en Solimano (1998), éste tipo de crecimiento económico es lo que ha sucedido con las economías en vías de desarrollo, producto de fallas institucionales (por marcos institucionales deficientemente productivos) o de política (falta de incentivos productivos). Por tanto, las inversiones en capital físico y humano no han sido lo suficientemente efectivas para generar capacidades productivas que dieran lugar a procesos de crecimiento basados en el progreso tecnológico inducido por la política pública.

Así, es posible crear, mediante políticas de gasto público definidas y con objetivos claros, instituciones e infraestructuras acordes con el crecimiento económico requerido. Esto es la base para dar vitalidad al cambio estructural con consecuencias positivas para el bienestar económico y social mediante el mejoramiento de la rentabilidad estimada de la inversión. Para esto se requieren políticas de gasto público que permitan incrementar el tamaño del mercado⁴⁶, favorecer la producción y generar estabilidad económica. De lo contrario, cuando una política de gasto público no fomenta la producción por generar poca infraestructura y ser, por tanto, insuficiente para el complemento productivo de las actividades productivas del sector privado. Además, una infraestructura escasa genera elevados costos fijos a la inversión por lo que no es de extrañar que se tenga poca inversión en capital, menor financiamiento para transferir tecnología, menos inversión individual para acumular habilidades productivas y menos inversión empresarial e institucional que

⁴⁶ Desde el pensamiento clásico se ha considerado al tamaño del mercado como uno de los factores críticos para realizar o no una inversión. Esto se fundamenta en que la presencia de un mercado amplio aumenta la posibilidad de tener efectos a escala de la inversión, siempre y cuando la localización esté en línea con la posibilidad de comerciar. Este debe ser el fundamento principal para dirigir una política —orientada al interior o al exterior— y debe ir acompañada de acciones de gasto que propicien la apertura de mercados para que se satisfagan los requerimientos productivos.

mejoren las posibilidades de producción de la economía. Esto implica que los cambios estructurales, ocasionados por políticas de gasto público en infraestructura económica y social, pueden crear o un —milagro o un —desastre económico. Para evitar esto último, la estabilidad económica es un elemento de especial importancia para la determinación de los rendimientos de la inversión, por lo que las políticas de estabilización deben tener por objeto conjunto, favorecer las actividades productivas.

Esto, obviamente, tiene efectos para el diseño de la política económica, sobre todo en situaciones donde, por un lado, se buscan conocer las condiciones bajo las cuales se instrumente una política de corto plazo que no afecte el largo plazo. Esto significa que, por un lado, se tengan presentes los objetivos estabilizadores sobre la economía y, por el otro lado, se tenga también presente una política que conduzca a la formulación de largo plazo de planes consistentes de los agentes económicos, de forma tal que las transacciones entre éstos se realicen a precios de equilibrio. Asimismo, la política económica puede también promover un shock tecnológico que logre incentivar a las empresas a ser más productivas.

III. Gasto público, cambio estructural y crecimiento económico en México

El panorama estructural de la economía mexicana en los últimos treinta años tiene como característica la presencia de ciclos económicos irregulares. Este comportamiento económico ha estado marcado por la magnitud y consecuencias de las crisis económicas, que han imposibilitando la generación de ciclos económicos regulares. En estas circunstancias, la combinación de choques exógenos a los procesos productivos producto de las crisis económicas, son las causas reconocidas que afectan la productividad del país, conjuntamente con los errores de política económica en materia de promoción industrial.

Ello ha generado una dinámica de represión de la capacidad productiva del país, donde la función del gobierno en la economía mexicana pasó de promotor del crecimiento económico, por medio de la inversión pública, a benefactor de procesos de liberalización económica. Este es un reflejo de un cambio estructural en el diseño macroeconómico de las variables de política económica.

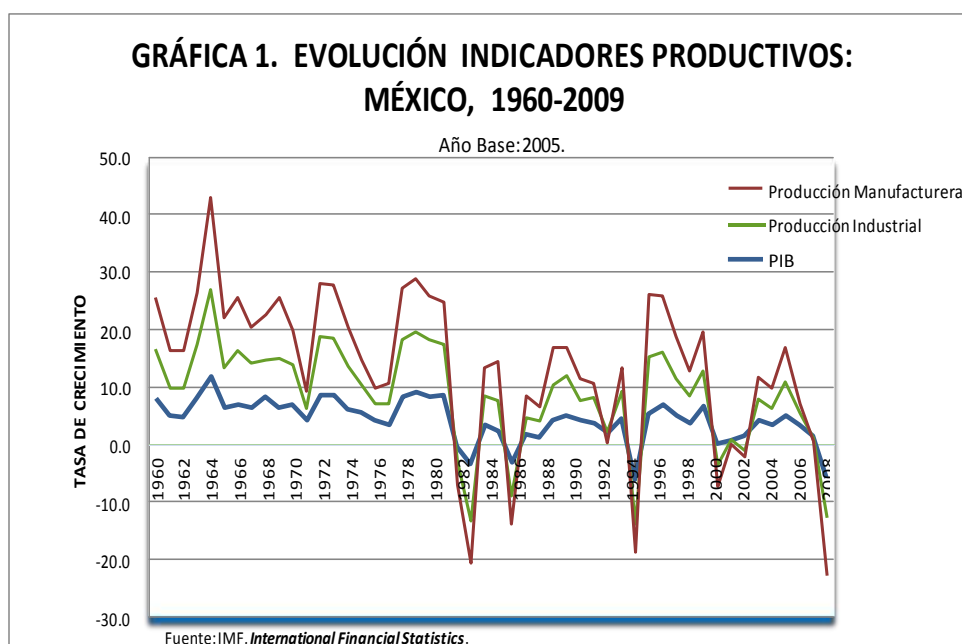
Así, el comportamiento económico de la economía mexicana, de acuerdo con la gráfica 1, tiene como características principales) Un PIB promedio de 2.56%⁴⁷ y de 2.37%⁴⁸ en la producción industrial y; ii) A partir del año 2000, la penetración de las exportaciones en el mercado de EEUU, ha venido disminuyendo, mientras China la ha venido incrementando a nivel global. Ello ha significado que el desempeño económico de la economía mexicana presente una falta de crecimiento de la productividad y de la competitividad. En consecuencia, ello hace evidente la necesidad de fortalecer las fuentes internas de crecimiento que mitige la combinación de choques exógenos que afectan la productividad del país y evitar los errores de política económica que impiden incrementar la competitividad.

No obstante lo anterior, hay que considerar también que la función del gobierno en la economía mexicana pasó de promotor del crecimiento económico, por medio de la

⁴⁷ Sin embargo, si omitimos los años de 1980 y 1981 del periodo considerado, años en los cuales el producto interno bruto (PIB) creció a tasas de 8.3% y 8.5%, respectivamente, entonces la tasa de crecimiento promedio anual fue de 2.10% para el periodo 1982-2009, siendo los años de 1996 a 2000 el periodo que registra el mejor comportamiento económico, con una tasa anual de crecimiento promedio de 5.5%. Por consecuencia, el periodo de 1990 a 1999 es el que ha presentado una mayor tasa de crecimiento promedio anual de la economía (3.4%), en contraste con la última década (2000-2009) que reportó la tasa de crecimiento promedio anual más baja (2.0%).

⁴⁸ En este caso el mayor incremento de la producción industrial ocurre en la década de los 1990's, donde el crecimiento promedio anual fue de 4.19%, a pesar de la disminución de 7.81% ocurrida en 1995, lo cual se explica por el dinamismo del sector exportador. Sin embargo, para la década de 2000 a 2009, la tasa de crecimiento promedio anual fue de 0.68%, pues durante los años de 2001 a 2003 y de 2008 a 2009 se registraron caídas de 3.48, 0.09, 2.43, 0.52 y 6.91% en este indicador.

inversión pública, a benefactor de procesos de liberalización económica. Esto implicó un cambio estructural en el diseño macroeconómico de las variables de política económica⁴⁹, sobre todo por la cuestión de obtener recursos fiscales para cumplir con los compromisos de la deuda externa por medio de los ajustes en el gasto público. El costo fue dejar de promover la demanda y capacidad productiva interna y, por lo tanto, de promover el crecimiento económico a ritmos de 7.2% y 6.5% promedio anual de finales de los años sesenta y setenta del siglo pasado, generando una dinámica de represión de la capacidad productiva del país.



Esto significa que la diversificación de las fuentes de crecimiento se ha venido reduciendo en los últimos años con el proceso de reformas estructurales consolidadas en los años

⁴⁹ Considérese por ejemplo que la inversión física pública como proporción del PIB decreció de un promedio anual de 5.42% en el periodo 1980-1989 a 2.88% en 1990-1999 y continuó en descenso hasta llegar a 2.82 durante el periodo 2000-2009. Asimismo, tomando en cuenta que aunque durante la mayor parte de la década de los ochenta, el gasto público no tuvo una contracción sino una recomposición del mismo, como producto de la crisis económica de 1982, al reducirse la participación del gasto programable (gasto corriente y de capital) e incrementar la participación del gasto no programable (intereses, amortizaciones y participaciones de deuda pública), llegando el primero a constituir la mitad del segundo, los efectos del gasto público en la economía mexicana fueron no productivos. Cfr. Cuadro 1.

noventa como respuesta a la Crisis de la Deuda de 1982, la cual generó caídas en la producción de entre 0.6% y 3.5% (en términos reales a precios de 2005) en los años de 1982 y 1983. Así, en el periodo de 1985 a 1991, la estrategia gubernamental centró sus objetivos en las políticas de estabilización económica. Ello implicó el abandono de la estrategia de industrialización por sustitución de importaciones y, a cambio, se implementó un programa de liberalización y privatización, cuya culminación fue la apertura comercial de la economía mexicana, consolidada con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en 1994.

Sin embargo, el cambio de estrategia económica también generó efectos contractivos del sector público en las actividades productivas y un cambio en las herramientas de la política fiscal para la promoción del crecimiento económico. Este cambio consistió en la menor utilización in extenso del gasto público en actividades económicas productivas y de formación directa de capital y un mayor impulso a iniciativas de promoción de la formación del capital privado tales como créditos generales y específicos para la industria manufacturera exportadora, créditos fiscales de empleo y reducción de las tasas impositivas para los corporativos. Además, como parte del programa de austeridad fiscal implantado en 1986 con el fin de estabilizar la economía, las autoridades gubernamentales redujeron el gasto de capital, afectando con ello la inversión física del sector público, sobre todo en el periodo 1990-1999, pues una vez concluido el proceso de renegociación de la deuda de fines de la década de los ochenta, el gasto no programable (destinado al servicio de la deuda), disminuyó considerablemente hasta alcanzar una contracción del gasto público total de 0.60% promedio anual.

Cabe destacar también que, producto del proceso de cambio estructural ocurrido en la composición del gasto público durante la década de los ochenta, la inversión pública federal disminuyó su participación en la economía mexicana al pasar de 5.42% en el PIB en estos años a 2.88% en la década siguiente y a 2.82 en la última década, aunque en el año 2009 alcanzó una participación de 4.65%, con una tasa de crecimiento para dicho año de 38.44%. Asimismo, como también puede verse en el cuadro 1, las participaciones del gasto público total en el producto interno bruto de la economía mexicana, pasó de un promedio anual de 36.58% en la década de los ochenta del siglo pasado a una participación promedio anual respecto al PIB de 21.93% en la década de los noventa, y de 22.26% en la primera década del siglo XXI. En este sentido, era de esperarse que la tasa de crecimiento promedio anual el gasto presupuestario durante la década de los ochenta no decreciera (7.54% el promedio anual de crecimiento del gasto público en este periodo)⁵⁰.

⁵⁰Este aumento se explica por el incremento del gasto destinado a cubrir el servicio de la deuda externa y no por el gasto de capital que tuviera efectos en el aparato productivo de la economía mexicana, puesbaste hacer notar que el promedio anual de la tasa de crecimiento del gasto de capital en el periodo 1980-1989 fue negativo en 0.92%.

CUADRO 1. PARTICIPACIONES DEL GASTO PÚBLICO EN MÉXICO: 1980-2009

ESTRUCTURA PORCENTUAL

CONCEPTO	1980-1989 ¹	1990-1999 ¹	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
PARTICIPACIONES RESPECTO AL PRODUCTO INTERNO BRUTO												
GASTO PRESUPUESTARIO TOTAL	44.08	488.80	1,243.13	1,327.19	1,484.26	1,670.80	1,802.61	1,979.81	2,270.56	2,498.98	2,894.81	3,088.88
GASTO PROGRAMABLE	22.35	337.11	855.29	937.21	1,078.86	1,241.85	1,326.95	1,477.37	1,671.17	1,911.32	2,229.15	2,436.55
GASTO DE CAPITAL	4.84	70.63	141.37	159.02	188.87	202.54	253.26	279.42	325.30	407.83	535.13	606.64
INVERSIÓN FÍSICA	4.11	63.48	142.72	144.55	152.62	187.27	220.00	246.25	285.88	340.00	380.52	549.33
TASA DE CRECIMIENTO REAL (%) ²	7.54	(0.60)	9.86	0.83	4.56	2.69	(1.08)	5.06	7.24	5.36	8.62	2.32
GASTO PROGRAMABLE	2.97	2.62	8.27	3.49	7.63	5.01	(2.03)	6.50	5.78	9.48	9.36	4.82
GASTO DE CAPITAL	(0.92)	3.32	(2.29)	6.24	11.05	(2.17)	14.64	5.54	8.86	20.01	23.04	8.71
INVERSIÓN FÍSICA	0.66	3.66	8.47	(4.34)	(1.29)	11.94	7.71	7.07	8.56	13.85	4.94	38.44
RELACIÓN GASTO TOTAL/PIB	36.58	21.93	20.91	21.11	21.90	22.11	21.02	21.40	21.87	22.30	23.86	26.13
GASTO PROGRAMABLE / PIB	21.18	14.79	14.38	14.91	15.92	16.44	15.47	15.97	16.10	17.05	18.38	20.61
GASTO CORRIENTE/PIB	15.04	11.57	12.01	12.38	13.13	13.76	12.52	12.95	12.96	13.41	13.96	15.48
GASTO DE CAPITAL / PIB	6.04	3.23	2.38	2.53	2.79	2.68	2.95	3.02	3.13	3.64	4.41	5.13
INVERSIÓN FÍSICA / PIB	5.42	2.88	2.40	2.30	2.25	2.48	2.57	2.66	2.75	3.03	3.14	4.65
GASTO NO PROGRAMABLE / PIB	15.40	7.13	6.52	6.20	5.98	5.68	5.55	5.43	5.77	5.24	5.49	5.52
PARTICIPACIÓN DE LA INVERSIÓN PÚBLICA EN EL GASTO PÚBLICO												
INVERSIÓN FÍSICA / GASTO TOTAL	15.14	13.16	11.48	10.89	10.28	11.21	12.20	12.44	12.59	13.61	13.15	17.78
INVERSIÓN FÍSICA / PROGRAMABLE	24.89	19.42	16.69	15.42	14.15	15.08	16.58	16.67	17.11	17.79	17.07	22.55
INVERSIÓN FÍSICA / CORRIENTE	35.93	24.89	19.99	18.57	17.15	18.02	20.49	20.56	21.24	22.61	22.46	30.02
INVERSIÓN FÍSICA / NO PROGRAMABLE	43.98	42.15	36.80	37.07	37.65	43.66	46.25	49.01	47.70	57.86	57.17	84.21

¹Promedio anual del periodo

FUENTE: Elaboración propia con base en: SHCP, Cuenta de la Hacienda Pública Federal 2000a2009; Dirección General de Planeación Hacendaria, SHCP, Base de datos, 1980-1999.

Por lo que corresponde a la contribución de la inversión del sector privado para la formación bruta de capital fijo de la economía mexicana, ésta ha venido decreciendo a lo largo del periodo analizado. Esto se constata por los siguientes hechos: de tener la inversión privada una participación de 25.73% respecto al PIB en 1980, descendió a un promedio anual de 19.62% en la década de 1980, 17.85% en la década de 1990 hasta llegar a 20.09% en el periodo 2000-2009. Esta tendencia ha sido congruente con la disminución tanto de la inversión extranjera directa como de las necesidades de financiamiento de la inversión privada en la formación bruta de capital fijo, lo cual provocó que el ahorro externo se canalizara en montos cada vez mayores a la inversión de cartera.

Lo anterior, son los factores que ayudan a explicar el porqué del dinamismo decreciente del mercado interno y del bajo ritmo de crecimiento de la economía mexicana. Por tanto, puede entonces deducirse que para contrarrestar el desempeño económico de la economía mexicana, que ha sufrido importantes desaceleraciones industriales acompañadas por un bajo ritmo en la acumulación de capital en los últimos 30 años, se hace necesaria la implementación de una política pública que exprese la necesidad de fortalecer las fuentes internas de crecimiento mediante la complementación productiva a la acumulación de capital a través de la inversión pública, sobre todo en infraestructura⁵¹.

Una explicación de esta insuficiencia productiva ha sido la de considerar que la falta de ahorro es la que provoca bajas tasas de inversión, al mantenerse en un rango de 20% como proporción del PIB. Sin embargo, ¿Es el ahorro per se suficiente para generar capital? Al respecto, habría que mencionar que la sola posesión de ahorro no puede generar un consumo futuro (crecimiento económico), para hacerlo es necesario disponer dichos recursos en la producción de bienes que puedan generar más bienes en el futuro (bienes de capital) y no sólo para generar bienes inmediatos (bienes de consumo). Sólo así podría generarse la formación de capital que permita un crecimiento sostenido.

En este sentido, conforme la evidencia empírica para la economía mexicana puede observarse que esto aplicó para las décadas de los sesenta y setenta más no para los últimos 30 años, donde la formación de capital bajó los niveles del ritmo de crecimiento de 8.8%

⁵¹A este respecto es importante mencionar que la formación de capital puede tener un origen en el ahorro, en la producción o en ambos procesos. Por tanto, el ahorro no puede concebirse como la única fuente de acumulación de capital, sino que retomando a la escuela clásica, podemos considerar que el capital es también producto de las actividades productivas y no solo del ahorro. Así, bajo esta concepción, puede considerarse que el ahorro no es suficiente para la formación de capital, sino que éste es producto de la utilización de los fondos disponibles en actividades productivas que permiten la generación y acumulación de capital.

promedio anual en el periodo 1960-1980 a 0.9% para el periodo 1981-2009. Esto a pesar de que la tasa de ahorro promedio anual de la economía, como proporción del PIB, en éste ultimo periodo fue de 18.97% (Cfr. Hernández, 2010: cuadro 5). La razón de esto puede encontrarse en los objetivos de política económica respecto al desarrollo industrial deseado⁵².

Asimismo, de acuerdo con el cuadro 2, puede notarse que el gasto público ejercido por el sector público tuvo un ritmo de crecimiento alto durante los años previos al periodo de ajuste económico implantado en 1985: la tasa media anual de crecimiento real del gasto programable ejercido por el sector público fue de alrededor de 30%, con una participación respecto al PIB un poco superior a 20%, porcentajes elevados en comparación con los prevalecientes a partir de 1983, cuyas medias oscilan alrededor de 4% y 15% respectivamente. Sin embargo, a pesar de ello, no puede dejarse de mencionar que en los pasados 25 últimos años del periodo 1980-2009, el gasto público tuvo un proceso de recomposición utilizándose cada vez menos en actividades productivas. Esta situación refleja la disminución de la inversión pública como un elemento adicional que contribuyó a la reducción del ritmo de crecimiento de la economía mexicana.

⁵² Por ejemplo, Ortiz (2007: cap. VIII), al analizar la política económica de México en los años recientes, encuentra que las políticas de fomento al ahorro como motor de crecimiento si bien han conseguido incrementar el ahorro total de la economía, éste ha sido contraproducente en tanto ha castigado la inversión y en lugar de financiar la inversión, ha financiado al consumo público y privado, sin lograr los efectos positivos en el crecimiento económico. A igual conclusión llegan García-Alba y Soto (2004), quienes a partir de un análisis diferente señalan que no basta la existencia del ahorro para financiar la inversión y generar crecimiento, sino que es importante el uso que se le dé a dicho ahorro, además de que muestran, para el caso de México, que la inversión es precisamente la causa del ahorro y no a la inversa, como se presupone dentro de la teoría neoclásica, debido a deficiencias estructurales, como la ausencia de políticas que fomenten la productividad a partir del impulso a la inversión, pública y privada.

A este respecto, Hernández (2010) realiza un análisis de correlación simple, a precios corrientes, entre el PIB y la inversión pública,⁵³ entre el PIB y la inversión privada y entre la inversión pública y la inversión privada para el periodo 1980-2009, encontrando que existe una alta correlación entre la inversión pública y el crecimiento económico, situación similar entre esta última variable y la inversión privada bruta pero, en el primer caso, el coeficiente de correlación simple es de 0.9078, mientras el coeficiente de correlación entre la inversión privada bruta y el PIB es cercano a uno (0.9934). Pero, si el análisis es a precios constantes, la correlación entre el PIB y la inversión pública deja de ser significativa y sólo se mantiene con la inversión privada, lo mismo ocurre con los datos en tasas de crecimiento.

CUADRO 2. COMPOSICIÓN DEL GASTO PÚBLICO EN MÉXICO: 1980-2009

MILES DE MILLONES DE PESOS A PRECIOS DE MERCADO

CONCEPTO	1980-1989	1990-1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
GASTO NETO TOTAL	48.39	488.80	1,243.13	1,327.19	1,484.26	1,670.80	1,802.61	1,979.81	2,270.56	2,498.98	2,894.81	3,088.88
GASTO PROGRAMABLE	24.51	337.11	855.29	937.21	1,078.86	1,241.85	1,326.95	1,477.37	1,671.17	1,911.32	2,229.15	2,436.55
GASTO CORRIENTE	18.93	266.48	713.92	778.19	889.99	1,039.32	1,073.70	1,197.94	1,345.87	1,503.49	1,694.02	1,829.91
GASTO DE CAPITAL	5.30	70.63	141.37	159.02	188.87	202.54	253.26	279.42	325.30	407.83	535.13	606.64
INVERSIÓN FÍSICA	4.50	63.48	142.72	144.55	152.62	187.27	220.00	246.25	285.88	340.00	380.52	549.33
GASTO NO PROGRAMABLE	23.88	151.69	387.84	389.97	405.40	428.94	475.66	502.44	599.38	587.66	665.65	652.33
	TASA DE CRECIMIENTO REAL											
GASTO NETO TOTAL	7.55	(0.60)	9.86	0.83	4.56	2.69	(1.08)	5.06	7.24	5.36	8.62	2.32
GASTO PROGRAMABLE	2.97	2.62	8.27	3.49	7.63	5.01	(2.03)	6.50	5.78	9.48	9.36	4.82
GASTO CORRIENTE	5.04	2.71	22.83	9.00	14.37	16.78	3.31	11.57	12.35	11.71	12.67	8.02
GASTO DE CAPITAL	(0.92)	3.32	(2.29)	6.24	11.05	(2.17)	14.64	5.54	8.86	20.01	23.04	8.71
INVERSIÓN FÍSICA	0.63	3.66	8.47	(4.34)	(1.29)	11.94	7.71	7.07	8.56	13.85	4.94	38.44
GASTO NO PROGRAMABLE	19.81	(4.46)	24.56	0.55	3.95	5.81	10.89	5.63	19.29	(1.96)	13.27	(2.00)

Fuente: Elaboración propia con base en: México: SHCP, *Cuenta de la Hacienda Pública Federal*, 2000 a 2009; Dirección General de Planeación Hacendaria, SHCP, *Base de Datos*, 1980 a 1999.

⁵³ Es importante señalar que las cifras de inversión pública consideran sólo lo destinado a la creación de infraestructura física y no consideran el gasto en infraestructura social (gasto en salud y educación, principalmente). Esto es para permitir una estimación acorde con el modelo desarrollado, pues de lo contrario, para captar los efectos tanto de la inversión pública física como de la inversión social sobre el crecimiento económico, es conveniente trabajar dentro de un marco de optimización intertemporal con efectos retardados para la última variable, cuestión que no se considera aquí, pero que sí constituye un tema a investigarse en el futuro.

Por lo anterior, es evidente que los incrementos en el stock existentes en economías en crecimiento como la mexicana, están limitados por las mismas condiciones de su formación inicial. Así, si inicialmente una economía gasta todos sus recursos disponibles en la producción de bienes de consumo inmediato (o fase temprana de industrialización), no solo no es posible que adquiera nuevo capital, sino también que lo pierda conforme su uso cotidiano⁵⁴. En consecuencia, para incrementar o mantener la formación de capital, es necesario que se ahorre capacidad productiva⁵⁵ para producir bienes de consumo futuros. Esto significa que el consumo corriente debe estar limitado por la producción de capacidad productiva que permita mantener el consumo presente y futuro, además de requerir que la política fiscal actúe en dicho sentido.

Sin embargo, una característica de la economía mexicana es que se carecen tanto de la capacidad organizativa para elevar la recaudación tributaria en el corto plazo como de mercados de capital internos desarrollados, necesarios para respaldar el financiamiento de infraestructura económica y social requeridas. Esto significa la existencia de una fragilidad estructural de las finanzas públicas, donde observa un grado de incompatibilidad entre la minimización de las pérdidas de eficiencia tributaria y la garantía de suficiencia financiera del sector público. Ello justifica el estímulo de transferir el financiamiento del déficit mediante el endeudamiento. Esta situación genera descontrol financiero para el sector público, por lo que sus gastos no programables se incrementan considerablemente absorbiendo gran parte de sus recursos presupuestales en detrimento de otros rubros. Este es el caso de la estructura fiscal mexicana en los últimos 20 años donde persiste un

⁵⁴ Este argumento puede ayudar, en buena medida, a explicar el agotamiento temprano del proceso de industrialización de la economía mexicana y el descenso de la formación de capital ocurrido.

⁵⁵ El ahorro aquí referido no implica el no uso de la capacidad productiva de la economía sino, por el contrario, el uso en la producción de poderes productivos futuros.

desequilibrio entre los ingresos públicos obtenidos por la tributación y explotación de recursos propiedad del Estado.

Por lo anterior, la medida recurrente por el sector público para financiar el exceso de gasto es el endeudamiento público, el cual puede ser provisto mediante el crédito interno o externo. En el caso de México, el financiamiento público ha sido un instrumento convencional utilizado para evitar las presiones fiscales necesarias para financiar los déficits provocados por los excesos de los gastos respecto a los ingresos públicos. Situación que en los últimos años se ha incrementado considerablemente. Sin embargo, dado el repunte de los requerimientos de financiamiento público ocurridos en los últimos años, ello ha presionado a que la tasa de interés de fondos privados interna esté por encima de la tasa de interés de fondos públicos. Por ejemplo, la brecha promedio entre la tasa de interés de valores privados y la tasa de interés de valores públicos (Certificados de la Tesorería – cetes-) en el periodo 1990 a 2010 ha sido de 2.27 puntos porcentuales por encima una de otra, siendo los meses de enero a abril de 1995 donde la brecha fue la más amplia al llegar a ser alrededor de 20 puntos porcentuales.

No obstante, aun cuando en los últimos años la brecha ha tendido a ser mínima, pasando de 4.5 puntos porcentuales promedio por encima en la década de los 1990's a menos de un punto porcentual promedio (0.97%) en esta primer década del siglo XXI, esta competencia de fondos, para el financiamiento público y privado, ha llevado a incrementar el costo de la inversión. Ello puede explicar la razón del porqué el ritmo de la inversión fija bruta en esta última década solo haya crecido 2% en promedio, con un descenso de 2.79% en el año

2009, lo cual limita el potencial de crecimiento a largo plazo de la economía mexicana en ese mismo rango, cuando la tasa potencial de crecimiento oscila alrededor de 5%.

Cabe mencionar que después del proceso de renegociación de la deuda de 1989, se mostró una tendencia a la baja tanto del financiamiento externo como de la carga de la deuda, aun cuando el costo financiero haya tenido una tendencia creciente a lo largo de los años considerados. Esto último se reflejó en el aumento de la tasa de interés interna, que en un contexto de movilidad internacional, provocó una gran afluencia de capital para financiar el endeudamiento público mediante la adquisición de bonos gubernamentales generando, en los últimos años, la sustitución del financiamiento externo por el financiamiento interno. No obstante, ello ha conllevado a incrementar el riesgo cambiario que ha afectado la competitividad externa de la economía mexicana.

IV. Consideraciones finales

Convencionalmente los nuevos modelos económicos basados en la competencia suponen que no hay diferencia entre la flexibilidad de corto plazo con la de largo plazo, debido a que se supone la movilidad perfecta de capitales y el mecanismo de precios es el adecuado en tanto no existan rigideces. Sin embargo, aun aceptando la movilidad, la reacción flexible del capital financiero a situaciones externas adversas, ocasiona colapsos en la inversión, lo cual genera resultados desastrosos para la economía, pues la salida de capitales en busca de mejores oportunidades de obtención de ganancias, hace que los que se quedaron no sean capaces de generar la misma cantidad de producto que se tenía en el periodo anterior, provocando la reducción del ingreso nacional y la recesión económica.

Dicha flexibilidad será potenciada si, adicionalmente, el gasto público se destina a invertir en destrezas específicas de la mano de obra de baja productividad, con lo que se puede responder a la crisis externa mediante efectos ingreso inducidos por la política pública, generando ingresos mayores para amplios sectores así como una mayor —capacidad tecnológica, generada por un cambio tecnológico endógeno. Esto podría incrementar la flexibilidad en el empleo de recursos por parte de los agentes privados, pues se permite con ello la toma de decisiones a los agentes con menor capacidad de ingreso. Por tanto, el reto implica implementar políticas públicas que fomenten la expansión de la riqueza y el incremento de las capacidades tecnológicas generadas por el proceso de expansión del gasto público productivo, lo cual permite incrementar la capacidad de ingresos de los agentes económicos para hacer frente a los cambios de corto plazo.

Esto implica entonces que, ante las restricciones presupuestales, el sector público está presionado a implementar una estrategia de gasto donde se utilice en forma productiva los recursos obtenidos mediante el mayor endeudamiento. De hacerlo así, podría generar mayores ingresos tributarios para financiar los futuros reembolsos e intereses de la deuda y no tener que financiar la carga del costo financiero a través de la reducción de los servicios que contribuyen a mejorar la productividad de los factores, pues ello constituye el origen de la debilidad estructural que impide el crecimiento económico. Mientras que la autoridad monetaria podría incentivar la generación de cambios regulatorios en el sistema financiero que disminuyan los riesgos financieros, de manera tal que puedan cohesionarse la estabilidad financiera y el crecimiento económico, mediante la canalización de recursos de instituciones financieras a usos productivos. Esto podría frenar la distorsión de los incentivos provocados por problemas de riesgo moral sobre la inversión futura que generen

ineficiencias y baja productividad en los mercados. Además, obviamente, de crear instituciones que lleven a cabo regulaciones estrictas para llevar a cabo procesos más eficientes dentro de los mercados financieros.

Referencias bibliográficas

- AGHION, P. and P. Howitt (1992). A Model of Growth Through Creative Destruction. *Econometrica*. 60(2), 322-352.
- CHANG, H.-J. (2000). The Hazard of Moral Hazard: Untangling the Asian Crisis. *World Development*.
- COWEN, T. (ed.), (1988). *The Theory of Market Failure: A Critical Examination*. George Mason University Press, Virginia.
- GARCÍA-ALBA Iduñate, P. y J. Soto (2004). La Función del Tipo de Cambio y el Ahorro Interno en el Crecimiento Económico. en *El Nuevo Milenio Mexicano*. UAM, México.
- HERNÁNDEZ MOTA, J. L., (2010). Inversión Pública y Crecimiento Económico: Hacia una Nueva Perspectiva de la Función del Gobierno, *Economía: Teoría y Práctica*, Nueva Época, No.33, julio-diciembre, pp. 59-95.
- LUCAS, R. E. Jr. (1988). On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*. 22(1), 3-42.
- (1993). Making a Miracle. *Econometrica*. 61(2), 251-272.
- Ortiz, Eitelberto, (2007), *Políticas de Cambio Estructural en la Economía Mexicana: Evaluación y Perspectivas para un Nuevo Proyecto de Nación*, UAM-X:CSH.

SOLIMANO, A. (comp.), (1998). Los Caminos de la Prosperidad: Ensayos del Crecimiento y Desarrollo, El Trimestre Económico. Lecturas 87. Fondo de Cultura Económica, México.

SOLOW, R., (1956), A Contribution to the Theory of Economic Growth, The Quarterly Journal of Economics, Vol. 70, No. 1, pp. 65-94

STIGITZ, J. (1996). Some Lessons from the East Asian Miracle. World Bank Research Observer.

----- (2003). El rumbo de las reformas. Hacia una nueva agenda para América Latina.

Revista de la CEPAL. 80, 7-40.

Principales variables explicativas del crecimiento económico en América latina durante 1990-2010

María Isabel Osorio Caballero

Resumen

Con base en la teoría del crecimiento económico, se define un modelo empírico que nos permita identificar rigurosamente los principales factores que explican la recuperación económica de América Latina durante 1990 a 2010, incluyendo como variable a explicar la tasa de crecimiento económico, y como variables explicativas a las principales de ellas identificadas por la literatura. Los resultados de primer orden señalan que, la cuestión de las instituciones es clave para el crecimiento reciente en esta región, tal y como señalan las principales contribuciones de Daron Acemoglu (2001, 2005), o Dani Rodrik (2000, 2003, 2011). La apertura al exterior, vía inversión y comercio, es otro aspecto vital en el reciente devenir regional, tal y como apuntó Robert Lucas (2002) en su día, siendo una cuestión compartida con el milagro asiático de finales de los años 80 y 90. Finalmente, el desarrollo y consolidación de la base industrial y su apuesta por ir subiendo la escalera de la tecnología es el tercer pilar que señalan los resultados econométricos, tal y como indican Gene Grossman (1991), Elhanan Helpman (2004), y más recientemente Dani Rodrik (2000, 2003, 2011) de nuevo.

Palabras clave: Crecimiento económico, Modelo Neoclásico, Integración Económica.

Clasificación JEL: F11, O4,F15

Introducción

La historia económica de América Latina a lo largo del pasado siglo XX muestra diversas fases en su estrategia de inserción en la economía mundial. En la década de los 40 la región adoptaba un modelo de Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI), el cual buscaba impulsar una estructura productiva industrial propia, idiosincrática y crecientemente desligada de las antiguas metrópolis occidentales (Baer, 1972). Hasta los años 50 este modelo daría resultados muy positivos, a partir de este momento y ante la estrechez de algunos mercados nacionales, la estrategia ISI comienza a apoyarse mayoritariamente en el desarrollo de experiencias de integración económica regional (Muns, 1972). Éstas resultarían muy positivas, siendo un ejemplo de aprovechamiento de las ganancias del comercio y estando asociadas a un desarrollo socio-político más equilibrado, con impulso de libertades civiles y procesos reales de independencia socio-económica de sus anteriores metrópolis. Dicho enfoque se extendería hasta los años 70, cuando los shocks del petróleo en el ámbito internacional harían inviables muchas de estas industrias nacionales (Artal, 2006). Tras la década perdida de los 80, con nefastas consecuencias en el terreno político donde se extienden las dictaduras militares, la represión del estado y la falta de libertades sociales, en los años 90 se retoma el crecimiento a una tasa anual del 2,5%-3% durante todo el decenio. Ambas décadas llevan a configurar un nuevo modelo económico latinoamericano basado en la apertura económica al exterior, la promoción de una mayor competencia en los mercados nacionales, el impulso a la eficiencia productiva por parte de las empresas, y el lanzamiento de reformas estructurales.

Este cambio de modelo ha permitido a la región recuperar el crecimiento económico y afrontar con éxito la actual crisis sistémica de 2007 en sus diversas etapas, financiera, de

deuda, y económica en general. Resulta cuando menos llamativo que en estos años de potente crisis que asola a las principales economías mundiales, la región latinoamericana haya mostrado una flexibilidad importante que le está permitiendo no sólo resistir el embate, sino crecer a tasas cercanas al 7%-8% anuales, pese a algunos episodios coyunturales, como el caso argentino en 2001. Es más, el impacto de la crisis sólo se observa en el año 2009, año donde fue patente el colapso de la economía mundial, retornando a tasas superiores al 6% en 2010. Sin duda la explicación de este patrón subyace en las lecciones aprendidas del pasado, plasmadas en las nuevas políticas económicas que se han venido implementando.

Objetivo y problema

Dada la relevancia de esta época reciente para el desarrollo latinoamericano, en el presente capítulo nos proponemos identificar, en el marco de la prolífica teoría del crecimiento económico, la relevancia que han jugado los diversos factores económicos, sociales y políticos en este nuevo panorama regional. En concreto, se analiza la contribución de aquellos que la literatura ha venido considerando como más relevantes, tales como la apertura comercial (Lucas, 2002), el progreso tecnológico (Solow, 1957; Eaton & Kortum, 2002), el papel de las instituciones en sentido amplio (Easterly & Levine, 2003; Acemoglu et al., 2001 y 2005; Rodrik, 2000 y 2003), la educación (Barro, 2001; Sala-i-Martin, 1997), la solvencia financiera del sector público (Reinhart & Rogoff, 2010), la estabilidad macroeconómica nacional, y la capacidad para gestionar lazos de integración económica con otros países y regiones del mundo. El periodo de análisis cubre los años más recientes para América Latina entre 1990 y 2010, dado que es donde existe menor evidencia empírica de este tipo. Con este objetivo, se adopta un análisis cuantitativo basado

en técnicas de panel estático y dinámico que nos permitan identificar la aportación relativa de cada conjunto de factores al crecimiento económico regional en este marco teórico.

Revisión de la literatura

Esta sección revisa las principales contribuciones de la literatura del crecimiento económico recientes al objeto de identificar los factores determinantes más relevantes presentes en la misma. El modelo neoclásico de crecimiento de Solow - Swan (Solow, 1957) supone la contribución original a esta literatura, constituyendo el marco teórico inicial de la denominada —contabilidad del crecimiento económico—. Tras dicha aportación pionera, numerosos estudios han continuado ampliando el marco de análisis, incluyendo nuevos factores explicativos de la dinámica económica de los países, así como introduciendo características de mercados no competitivos y efectos externos en el análisis (véase Barro & Sala-i-Martin 2003, para un panorama al respecto). El stock de capital inicial y las características de la economía analizada eran los aspectos más relevantes que definían los procesos de convergencia económica en el modelo neoclásico básico. El progreso tecnológico, representado por shocks externos a la economía, era el principal motor del crecimiento, que desaparecía una vez agotada esta fuente de impulso inicial. Algunos factores como la tasa de crecimiento de la población, o la capacidad de reposición de otros factores productivos determinaban el camino de cada economía hacia su estado estacionario, el cual marcaba un punto donde la producción existente tan sólo permitía la reposición de los activos amortizados en el periodo anterior. Como era de esperar, dicho marco de análisis resulta muy limitado para el estudio de un tópico tan relevante como es el crecimiento económico internacional, apareciendo diversos autores cuyas contribuciones irán expandiendo el mismo. A este respecto, cada autor pondrá el acento en aquellas

cuestiones del modelo que considera más relevantes en este proceso de cambio económico de los países.

Por ejemplo, tras el milagro asiático de los años 90, desde un punto de vista teórico, diversas investigaciones señalan la relevancia de contar con un contexto de **apertura comercial** que propicie el crecimiento (Frankel&Romer, 1999; Lucas, 2002). Estudios empíricos demuestran asimismo, utilizando diferentes medidas de apertura, los efectos positivos del comercio en el crecimiento (Dollar, 2003; Wacziarg&Welch, 2008). Autores como Baier&Bergstrand (2007) muestran que la firma de un **acuerdo de libre comercio** duplicaba las relaciones comerciales bilaterales entre los países miembros después de 10 años, mientras Awokuse (2011) concluye que las exportaciones, tanto a corto plazo como a largo plazo, impulsan el crecimiento económico. La relevancia de la **educación**, su efecto en la mejora de la productividad de los factores, y por ende en el crecimiento, ya era reconocida tempranamente por Arrow (1962) y sería retomada posteriormente por Lucas (1993). Barro (2000; 2001) y De la Fuente y Doménech (2001), evalúan la importancia de la educación y el capital humano en un modelo de crecimiento, encontrando evidencia positiva sobre los efectos de la inversión educativa de los países en su desempeño económico. En este sentido, cabe mencionar la relevancia de las aportaciones de la base de datos de Barro y Lee (1993; 2010), que daría lugar a un elevado número de trabajos acerca de la relación entre educación y crecimiento.

Por su parte, Grossman & Helpman (1990) y Coe et al., (2009) consideran la **difusión tecnológica** como elemento clave para entender el crecimiento, bien a través del comercio, o de la Inversión Extranjera Directa (IED). La importancia de los **spillovers tecnológicos** en el crecimiento se recoge en los trabajos de Romer (1990) que considera que el cambio

tecnológico proporciona el incentivo necesario para la acumulación de capital continua y, en consecuencia mantiene la máquina del crecimiento en marcha, dado que el progreso tecnológico se vuelve endógeno, es decir viene generado por los propios agentes económicos internos al sistema, resolviendo así la limitación del modelo de Solow (1957). Igualmente, Romer (1991), y Mankiw, Romer&Weil (1992) exploran la presencia de externalidades, fruto de la acumulación de experiencia en las habilidades productivas por parte del trabajador (learning-by-doing), que dan lugar a crecimiento endógeno. Lucas diseña un modelo en el que los rendimientos crecientes de la función de producción proceden de la acumulación de capital humano en la sociedad (véase Lucas, 2002).

El papel de las **instituciones** en la promoción del crecimiento económico comenzó a captar la atención de los economistas en la década de los 90 (Barro 1996; Hall & Jones, 1999). Posteriormente, un grupo de autores han venido centrado su atención en el papel que juegan las instituciones en sentido amplio (democracia, voz, estabilidad política, derechos sociales, elecciones libres, representación ciudadana, etc.) como fuente del crecimiento económico, especialmente en los países en desarrollo y las economías en transición (Easterly&Levine, 2003; Acemoglu et al., 2001, 2005; Rodrik, 2000, 2003). Para el caso latinoamericano, el estudio de la relación entre la **deuda pública**, la **estabilidad macroeconómica** en general, y el crecimiento es igualmente una cuestión relevante, especialmente tras los sucesos de los años 80. Resultados empíricos, como los de Bordo (2010), Bodman (2011), y Baum (2013), al igual que Reinhart&Rogoff (2010), obtienen una relación negativa entre dichas variables. Bittencourt (2012) encuentra un efecto negativo y significativo de la **inflación** en el crecimiento económico latinoamericano, especialmente en los países que sufrieron los episodios de hiperinflación a finales de los años 80.

Existen otros trabajos que identifican factores adicionales responsables del crecimiento económico de las naciones, dado que esta literatura se ha desarrollado ampliamente al amparo del premio Nobel concedido a Robert E. Lucas Jr. en 1995 cuando ya trabaja sobre estas cuestiones, junto a las fecundas aportaciones de Robert Barro y Xavier Sala-i-Martin entre otros (ver Barro&Sala-i-Martin, 2003, para una recopilación de la literatura del crecimiento económico). No obstante, creemos que los anteriores factores nombrados recogen los determinantes más relevantes, siendo todos ellos importantes en el caso latinoamericano, por lo que no incluiremos más en esta revisión con el ánimo de no distraer la atención más allá de lo que consideramos verdaderamente relevante.

Interesantes investigaciones han estudiado el crecimiento de América Latina. De Gregorio y Lee (2004) indican que el factor más importante para explicar el diferencial de las tasas de crecimiento entre América Latina y Asia del Este en los últimos 40 años ha sido la diferencia en el grado de apertura externa. Fajnzylber, Loayza y Calderón (2004) intentan explicar la evolución del crecimiento económico en países de América Latina considerando variables económicas, políticas y sociales. La literatura empírica con respecto a América Latina es todavía escasa, sin embargo, y se encuentra muy centrada en los años 80 y principios de los 90, y en el papel de la crisis de la deuda pública y los sucesos de hiperinflación. Durante la etapa más reciente, algunos autores como Falvey et al. (2012) presentan evidencia de como la liberalización del comercio ha incrementado el crecimiento económico regional. Astorga et al. (2011) estudian el crecimiento de la productividad en América Latina encontrando que la inversión en capital fijo y de mano de obra cualificada son la principal fuente de crecimiento reciente de la productividad en América Latina. Bittencourt (2012) analiza el papel de la inflación en la determinación del crecimiento

económico entre 1970 y 2007, encontrando una relación negativa para el crecimiento económico, así como la influencia positiva de las instituciones. Así mismo, Boyrie & Johns (2011) en un estudio para 18 países de América Latina sugieren que los acuerdos comerciales regionales no han incidido de forma positiva en el crecimiento económico. En definitiva, la evidencia no es mucha y como se puede ver, se centra en aspectos parciales de la economía. La presente investigación persigue complementar dicha visión con un modelo general de la situación reciente en Latinoamérica, de manera que se logre contrastar la relevancia de cada uno de estos factores en un marco amplio de análisis. Para ello, en el siguiente apartado definimos el modelo empírico a estimar, incluyendo los datos utilizados y el enfoque econométrico a aplicar.

Metodología

El presente apartado busca realizar una estimación del papel que juegan los factores determinantes del crecimiento en América Latina en los años 1990-2010. Para ello, se considera una muestra de 18 países para los que se tiene la información necesaria. Los países considerados son: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Éstos son representativos de la región, dado que su PIB conjunto supone alrededor del 95% del total. Metodológicamente se aplica un modelo econométrico de datos de panel, lo que permite capturar la heterogeneidad no observable en un modelo tradicional de sección cruzada, a través de la especificación de efectos individuales y temporales. Esta técnica incrementa los grados de libertad en la estimación frente al modelo tradicional, disminuye la colinealidad entre las variables explicativas, permite estudiar la dinámica de los procesos de ajuste y mejora la capacidad

de identificar y cuantificar aquellos efectos que no son detectables en datos de sección cruzada o series temporales. Así mismo, se utilizan modelos de panel estáticos y dinámicos, para evitar problemas de endogeneidad entre las variables explicativas y la variable dependiente, mediante el uso de instrumentos basados en los rezagos de las explicativas. Los datos se obtienen de diversas bases, el detalle de la definición de las variables y la fuente de datos se presenta en la tabla 1.

Tabla 1. Definición y fuente de las variables

Variable	Definición	Fuente
PIB per cápita	Producto Interno Bruto por habitante, a precios constantes 2000	World Development Indicators
Apertura Comercial	Sumatoria de exportaciones más importaciones sobre el PIB	Estadísticas de la CEPAL
TLC_USA_LA	Dummy que toma el valor de 1 si el país tiene firmado un TLC con Estados Unidos, 0 en caso contrario.	WorldDevelopmentIndicators
Tecnología	VAB de la industria con contenido tecnológico alto, a precios constantes 2000.	WorldDevelopmentIndicators

Industria	VAB total de la industria, a precios constantes 2000.	WorldDevelopmentIndicators
Estabilidad política	Índice que refleja la percepción de Estabilidad del Gobierno [ranking -2.5-2.5].	Banco Mundial y Kaufmann et al.(2010)
Estado de derecho	Índice que refleja la percepción de que el Gobierno sea derrocado por inconstitucionalidad o violencia [ranking -2.5-2.5].	Banco Mundial y Kaufmann et al.(2010)
Educación media y superior	Porcentaje de la población total con educación media y superior.	Barro y Lee (2010)
Educación superior	Porcentaje de la población total con educación superior.	Barro y Lee (2010)
Deuda_CEPAL	Servicio de la deuda como porcentaje de las exportaciones de bienes y servicios.	Estadísticas de la CEPAL

Deuda_WB	Servicio de la deuda como porcentaje de las exportaciones de bienes y servicios.	WorldDevelopmentIndicator s
Inflación	Índice de precios al consumidor (2000 = 100).	WorldDevelopmentIndicator s
Inversión Extranjera Directa	Stock anual de Inversión Extranjera Directa, a precios constantes 2000.	World Investment Report (UNCTAD, varios años)
Consumo	Gasto de consumo anual privado, a precios constantes 2000.	Estadísticas de la CEPAL
Internet	Usuarios de internet por cada 100 habitantes.	WorldDevelopmentIndicator s

Fuente:Elaboración propia.

Modelo por Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS)

Las estimaciones comienzan por el modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios, al objeto de observar las mejoras propias del posterior análisis de panel, así como de comparar resultados con estudios anteriores. Esta especificación omite la dimensión temporal de la base de datos, por lo que los coeficientes estimados pueden presentar algún sesgo al no

controlar por la heterogeneidad presente en los datos. La especificación tradicional es la siguiente:

[1]

Donde \dot{y}_i es la tasa de crecimiento del PIB real per cápita para el país i , y_{i0} representa el nivel inicial (t_0) del PIB real per cápita para dicho país, X_i representa un conjunto de variables explicativas relevantes en la literatura, y ϵ_i el término de error. Acorde con Beck & Levine (2004), las estimaciones presentan errores en clúster con lo que se presentan resultados robustos a este respecto (efectos-país). Pese a todo los estimadores OLS no son consistentes al no controlar por la heterogeneidad temporal en la muestra.

Modelo de Panel con Efectos Fijos (FE)

Con el fin de controlar el efecto individual país y año estimamos por Panel con Efectos Fijos, tras desestimar efectos aleatorios (Hausman, 1978). La especificación del modelo de panel con efectos individuales es como sigue:

() [2]

donde \dot{y}_i es de nuevo la tasa de crecimiento del PIB real per cápita para el país i , α_i representa la constante del modelo, y_{i0} es el nivel inicial del producto per cápita, X_i es el vector de las variables explicativas definidas, μ_i es el efecto país, γ_t es el efecto temporal y ϵ_{it} el término de error. Al controlar por efectos fijos temporales y país, se considera la heterogeneidad presente en la muestra, obteniendo un término de error incorrelado con los

regresores y por tanto con las condiciones deseables de insesgadez, consistencia y eficiencia en los estimadores (Arellano, 2003).

Al aplicar el test de Hausman (1978) -posterior a ambas estimaciones- se rechaza en todos los casos la hipótesis nula de que los errores no están correlacionados con los regresores, lo que indica que las estimaciones por efectos aleatorios (RE) están sesgadas y por lo tanto, es más conveniente emplear efectos fijos (FE).

Modelo de Panel dinámico

Pese a controlar por heterogeneidad individual y temporal, los paneles dinámicos contienen rezagos de la variable endógena como explicativas, los cuales están correlacionados por definición con los efectos individuales inobservables en el modelo, dando lugar de nuevo a problemas de inconsistencia en los estimadores. Basándose en el trabajo de Anderson & Hsiao (1981) y Holtz-Heakin, Newey & Rosen (1988), Arellano & Bond (1991) proponen un estimador aplicando el Método Generalizados de Momentos en diferencias (differences-GMM). Dicho estimado reutiliza como instrumentos los rezagos de la variable dependiente y de las explicativas correlacionadas con ella (denominadas endógenas), definiendo el modelo en diferencias, de manera que elimina todos aquellos efectos invariantes en el tiempo (los efectos individuales, la constante del mismo, y el nivel de ingreso inicial). Posteriormente, Blundell & Bond (1998) demuestran que los instrumentos definidos en differences-GMM pueden ser débiles conforme el proceso auto regresivo del modelo dinámico resulte muy persistente (muchos rezagos de la dependiente), o bien el ratio de la varianza entre el efecto individual y el residuo del panel sea grande. Basándose en el trabajo de Arellano & Bover (1995), los autores proponen un estimador System-GMM

donde las condiciones de momentos de las diferencias rezagadas para el modelo en niveles son utilizadas como instrumentos, junto a las condiciones de momentos de los rezagos en niveles para la ecuación en diferencias. Las condiciones de momento adicionales para las regresiones en niveles son:

$$(\quad)$$

$$(\quad)$$

en ambos casos para .

Para nuestro modelo de crecimiento a estimar por System-GMM, se propone:

$$[3]$$

Los estimadores de los regresores del modelo en este caso aparecen como consistentes si los valores rezagados del ingreso y demás variables explicativas endógenas resultan ser instrumentos correctos en la ecuación de crecimiento, y no existe auto correlación serial de segundo orden en el término de error . Con el fin de comprobar dicha cuestión se emplean los dos contrastes usuales en esta literatura: el test de Sargan (de restricciones sobre-identificadas) y el test Arellano-Bond de auto correlación serial.

En el presente trabajo se estimarán las ecuaciones de crecimiento por System-GMM y se probarán los dos test de especificación definidos.

Resultados

En este apartado se analizan los resultados del modelo empírico de crecimiento para los 18 países de América Latina entre 1990-2010. Con el fin de obtener estimadores consistentes de los regresores del modelo y comparar sus coeficientes estimados se utilizan tres métodos: PooledOLS, FE y System-GMM. Las variables de nivel se expresan en logaritmos.

La tabla 2 presenta las estimaciones mediante PooledOLS. El modelo estimado posee significatividad conjunta e individual para las explicativas utilizadas. Los resultados están bastante en línea con lo esperado. Las variables institucionales (Estado de Derecho y Estabilidad política) presentan coeficientes positivos elevados y ampliamente significativos, el contenido tecnológico de la producción industrial también es explicativo del crecimiento económico observado en los años analizados, junto a la apertura comercial al exterior, la existencia de entradas de IED a la región, y la pertenencia a un Área de Libre Cambio con los EEUU. Todos ellos resultan ser factores positivos de crecimiento. En menor medida, aunque también con una contribución positiva aparecen factores como la contención de la inflación, la reducción del stock de deuda pública nacional, la extensión social de internet, o un mayor nivel de educación media y superior regional. Seguramente, el periodo de análisis condiciona el valor de los coeficientes observados en esta primera tabla, aunque todos los resultados están en línea con la reciente historia económica latinoamericana (CEPAL varios años).

La tabla 3, por su parte, muestra los resultados del modelo de Panel estático con efectos fijos país y tiempo. De nuevo las explicativas aparecen significativas, así como el modelo conjunto.

Tabla 2. Resultados modelo de crecimiento: Pooled OLS

Regresores	Variable dependiente: Tasa de crecimiento PIB per cápita						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
ln PIB per cápita inicial	0,8854* ** (0,0181)	0,8848* ** (0,0189)	0,9068* ** (0,0192)	0,8809** * (0,0189)	0,9247* ** (0,0213)		
ln Tecnología	0,0615* ** (0,0085)	0,0405* ** (0,0069)	0,0383* ** (0,0068)	0,0423** * (0,0069)	0,0153* (0,0085)	0,3363* ** (0,0180)	0,3305* ** (0,0179)
ln Apertura comercial	0,0443* * (0,0200)					0,1167 (0,0713)	0,1127 (0,0748)
Estado de derecho						0,1585* ** (0,0509)	0,2601* ** (0,0422)
Estabilidad política	0,1037* ** (0,0122)	0,1064* ** (0,0119)	0,1158* ** (0,0127)	0,1074** * (0,0117)	0,1198* ** (0,0121)	0,2711* ** (0,0402)	0,2258* ** (0,0373)

Educación media y superior	0,0073* ** (0,0006)	0,0072* ** (0,0006)		0,0071* ** (0,0006)		0,0064* ** (0,0019)	
Educación superior			0,0145* ** (0,0014)		0,0100* ** (0,0015)		
	-	-		-	-	-	-
lnDeuda_WB	0,0029* ** (0,0006)	0,0030* ** (0,0005)		0,0031** * (0,0005)	0,0032* ** (0,0005)	0,0058* ** (0,0019)	0,0059* ** (0,0019)
lnDeuda_CEP AL			- 0,0050* ** (0,0010)				
				-		-	
ln Inflación				0,0000** * (0,0000)		0,0001* * (0,0000)	-0,0001* (0,0000)
ln Inversión Extranjera Directa					0,0463* ** (0,0062)		

TLC_EUA		0,0298*	0,0291*	0,0279**	0,0511*		
		*	*		**		
		(0,0133)	(0,0134)	(0,0133)	(0,0133)		
ln Internet						0,0198*	
						**	
						(0,0072)	
_cons	-	0,6496*				-0,0501	0,2751
		**					
		(0,2069)				(0,6303)	(0,6372)
Observaciones	374	374	374	374	374	374	374
R ²	0,9598	0,9997	0,9997	0,9997	0,9997	0,7338	0,7316

Nota: Errores estándar entre paréntesis

*** p<0,01. ** p<0,05. *

p<0,10.

El consumo como variable integrante del PIB resulta muy relevante en su crecimiento, mientras otros factores similares al modelo OLS resultan importantes en el crecimiento de América Latina en esta etapa reciente. Por orden de relevancia se encuentran la especialización industrial, la integración comercial con los EEUU, la apertura comercial del país, el contenido tecnológico de sus manufacturas, las instituciones y, en menor medida, la educación media y superior, la IED, y la extensión de Internet. Todos ellos son, sin duda, factores fundamentales en el devenir económico reciente de la región latinoamericana, como han venido señalando las principales instituciones internacionales (CEPAL

2005,2009; IMF 2012). Así mismo, el modelo señala que la apertura externa, el comercio libre, la especialización creciente en manufacturas, en especial de mayor contenido tecnológico, junto a las instituciones políticas y sociales, aparecen como factores vitales en el proceso de recuperación y crecimiento económico regional reciente durante los años 1990-2010. La bondad del ajuste sigue siendo muy elevada, como en el caso de OLS, y los coeficientes se muestran con unos valores de sus elasticidades, al estar especificado el modelo en logaritmos, bastante plausibles (ver tabla 3).

Seguidamente, y para enfrentar posibles problemas de inconsistencia en los estimadores debido a la posible endogeneidad de las explicativas se estima un modelo dinámico, utilizando System-GMM. La tabla 4 incluye estos resultados, con unos coeficientes una vez más con el signo y significatividad adecuados. La mayoría de las variables empleadas muestran importantes contribuciones parciales al crecimiento reciente de los países de América Latina, al igual que en los modelos anteriores. Del cuadro se desprenden diversas observaciones importantes. En primer lugar, sobresale el valor del coeficiente que presenta el valor añadido industrial tecnológico como elemento determinante del crecimiento reciente en América Latina. En las últimas dos décadas, estos países han presentado importantes progresos tecnológicos que se ven reflejados en la infraestructura industrial y productiva, como países emergentes que son. La IED ha llevado además un importante número de multinacionales a la región, modernizando su estructura productiva, aprovechando ventajas de localización (salarios más moderados), construyendo plataformas de exportación (áreas de perfeccionamiento del comercio y zonas francas para la reexportación), y obviamente aprovechando el mercado interno regional con muchos millones de consumidores con una renta en aumento y necesidades de consumo muy

relevantes en todos los sectores. Estos resultados son similares a los de Eaton (2001) y Cimolli (2003), y reflejan la historia económica reciente de la región ampliamente narrada ya por las instituciones internacionales.

Tabla 3. Resultados modelo de crecimiento: Panel estático-FixedEffects

Variable dependiente: Tasa de crecimiento PIB per cápita						
Regresores	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	-	-	-			
ln PIB per cápita inicial	0,1859** * (0,0570)	0,3494** * (0,0550)	0,3187** * (0,0444)			
ln Consumo	0,6679** * (0,0377)	0,5588** * (0,0358)	0,5895** * (0,0340)	0,6679** * (0,0377)	0,7242** * (0,0346)	0,5411** * (0,0359)
ln Tecnología	0,0816** * (0,0243)			0,0816** * (0,0243)	0,0860** * (0,0246)	
ln Apertura comercial	0,1339** * (0,0166)	0,1157** * (0,0146)	0,1039** * (0,0153)	0,1339** * (0,0166)	0,1204** * (0,0177)	0,1181** * (0,0144)
Estado de derecho	0,0620** * (0,0166)	0,0644** * (0,0146)	0,0594** * (0,0153)	0,0620** * (0,0166)	0,0559** * (0,0177)	0,0656** * (0,0144)

	(0,0132)	(0,0120)	(0,0124)	(0,0132)	(0,0137)	(0,0119)
Educación media y superior			0,0017**		0,0021**	
			(0,0008)		(0,0009)	
Educación superior	0,0062**	0,0042**		0,0062**		0,0044**
	*	*		*		*
	(0,0016)	(0,0015)		(0,0016)		(0,0015)
ln Inversión Extranjera Directa	0,0299**	0,0256**	0,0253**	0,0299**	0,0305**	0,0257**
	*	*	*	*	*	*
	(0,0068)	(0,0061)	(0,0062)	(0,0068)	(0,0070)	(0,0061)
TLC_EUA				0,3103**	0,5015**	1,5018**
				*	*	*
				(0,0952)	(0,0884)	(0,1017)
ln Industria		0,2412**	0,2519**			0,2443**
		*	*			*
		(0,0273)	(0,0270)			(0,0270)
ln Internet						0,0127**
						*
						(0,0043)
_cons	0,1629	-	-	-	-	-
		1,0634**	1,9239**	1,4411**	2,1643**	3,9803**

		*	*	*	*	*
	(0,2307)	(0,2518)	(0,2682)	(0,5205)	(0,4916)	(0,5514)
Observaciones	374	374	374	374	374	374
R ²	0,997	0,997	0,997	0,997	0,997	0,997
F-stat	2357	2821	2791	2357	2290	2821
(p-value)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Nota: Errores estándar entre paréntesis. Incluye efectos país y

tiempo.

*** p<0,01. ** p<0,05. *

p<0,10.

En segundo lugar, se identifica un fuerte efecto positivo y significativo de la apertura comercial en el crecimiento del nivel de ingreso regional, como reflejo del evidente progreso y consolidación de las relaciones comerciales con otras economías regionales e internacionales, plasmadas en la participación en numerosas experiencias de integración económica y Acuerdos de Libre Comercio (Mercosur, UNASUR, Tratados con la Unión Europea, con los EEUU de América, con Asia a través de APEC, etc.). Este resultado es congruente con la ingente literatura sobre el milagro del Sudeste Asiático de los años 90 y su modelo orientado al mercado exterior como fuente de crecimiento, así como con relevantes contribuciones a la literatura del crecimiento como las de Lucas (1993, 2002), Grossman & Helpman (1990) y Frankel & Romer (1999). Recientes aportaciones también relevantes como las de Wacziarg & Welch (2008), o Boyrie & Roger (2011), entre otros, abundan de nuevo en dicho resultado.

Así mismo, y acorde con los trabajos de Acemoglu et al., (2001, 2005), Barro (1996), y Rodrick (2000, 2013), entre otros, se aprecia una relación ampliamente positiva y significativa entre la mejora del marco institucional y la aceleración del crecimiento económico regional. En concreto, la Estabilidad Política y el Estado de Derecho han tenido una fuerte influencia positiva en el crecimiento económico de 1990 a 2010, un escenario diferente al constituido en los años precedentes marcado por fuertes dictaduras, falta de derechos civiles, como el de asociación, y libertades en general. Los coeficientes estimados para este tipo de variables en el panel dinámico son los más relevantes junto a la tecnología, siendo este resultado acorde con el presentado en la compilación de la literatura sobre determinantes del crecimiento económico de Elhanan Helpman (2004). Este resultado indica que la vuelta de las instituciones democráticas a la región ha sido, junto a su inserción en la economía internacional tras el aislamiento padecido por la crisis de la deuda externa de los años 80, el factor más determinante de su actual milagro económico.

La inversión en educación resulta también positiva para el crecimiento (Barro 2000, 2001; Lucas 1993, 2002), aunque quizás deberá seguir mejorando en este área geográfica en particular, pues todavía no presenta la relevancia cuantitativa de los factores anteriores. La estabilidad macroeconómica, en concreto el control de la inflación y la deuda externa también aportan positivamente al crecimiento regional, aunque de nuevo con efectos de segundo orden. La extensión de Internet es también positiva pero de segundo orden. Así mismo, el modelo de panel dinámico estimado cumple las condiciones de correcta especificación de los instrumentos, dado que no se puede rechazar la hipótesis nula del test de Sargan, y no se aprecia auto correlación parcial de segundo orden, al no poderse

rechazar la hipótesis nula del test de Arellano-Bond computado. En este sentido, los estimadores del modelo resultan consistentes, tal y como muestra la **tabla 4**.

Tabla 4. Resultados modelo de crecimiento: Panel dinámico-System GMM

Regresores	Variable dependiente: Tasa de crecimiento PIB per cápita						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
In Tecnología	0,3120*	0,3101*	0,3110*	0,3116*	0,3323*	0,3317*	0,3380*
	**	**	**	**	**	**	**
	(0,0005)	(0,0005)	(0,0006)	(0,0006)	(0,0011)	(0,0010)	(0,0013)
In Apertura comercial	0,2384*	0,2424*	0,2397*	0,2384*	0,1210*	0,1264*	0,1045*
	**	**	**	**	**	**	**
	(0,0026)	(0,0026)	(0,0027)	(0,0027)	(0,0049)	(0,0048)	(0,0056)
Estado de derecho	0,4185*	0,4101*	0,4095*	0,4092*	0,1588*	0,1837*	0,1674*
	**	**	**	**	**	**	**
	(0,0033)	(0,0036)	(0,0036)	(0,0037)	(0,0090)	(0,0090)	(0,0101)
Estabilidad política					0,2680*	0,2538*	0,2702*
					**	**	**
					(0,0074)	(0,0073)	(0,0083)
Educación media y superior		0,0041*	0,0041*	0,0041*	0,0069*	0,0051*	0,0059*
		**	**	**	**	**	**
		(0,0002)	(0,0002)	(0,0002)	(0,0003)	(0,0003)	(0,0003)

Educación superior	0,0115*						
	**						
	(0,0004)						
			-				
Deuda_CEPA			0,0006*				
L			**				
			(0,0002)				
							-
							0,0003*
Inflación							**
							(0,0000)
						0,0128*	
Ln Internet						**	
						(0,0012)	
					-	-	-
L.Deuda_WB					0,0057*	0,0055*	0,0062*
					**	**	**
					(0,0002)	(0,0002)	(0,0003)
L.							-
Deuda_CEPA					0,0009*		
L					**		
Observaciones	357	357	357	357	357	357	357

Chi-sq	1834224	1845160	1850967	1833730	7672006	8223679	6111618
	4	1	5	4			
(p-value)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Sargan test							
(p-value)	1,00	1,00	0,99	0,98	1,00	1,00	1,00
AR (2)	1,44	1,54	1,60	0,97	-0,96	-0,91	-1,28
(p-value)	(0,149)	(0,125)	(0,110)	(0,334)	(0,305)	(0,347)	(0,202)

Nota: Errores estándar entre paréntesis

*** p<0,01. ** p<0,05.

* p<0,10.

Conclusiones

Los años 80 fueron especialmente duros para las economías de América Latina, con episodios de hiperinflación, crisis de deuda externa, aislamiento de los mercados internacionales financieros y de bienes y servicios, y dictaduras militares dominando el panorama político-social. Los años 90 se inauguraron con un cambio de modelo. Como resultado, el avance de las economías regionales vive una época de relativo éxito, con experiencias de crecimiento importantes, aunque desiguales entre países, y algunos años de crisis financieras que son pronto superados en su conjunto. Se puede decir que es una época donde se recupera el importante desarrollo que se había vivido a mediados del pasado siglo. En este contexto, el presente capítulo se interesa por identificar, más allá de los análisis generalistas, cuáles han sido los principales factores clave en el reciente devenir latinoamericano. En concreto, y con base en la teoría del crecimiento económico, se define un modelo empírico que nos permita identificar rigurosamente dicha relevante cuestión,

incluyendo como variable a explicar la tasa de crecimiento económico de los 18 países latinoamericanos para los que se cuenta con datos, y como variables explicativas a las principales de ellas identificadas por la literatura.

El modelo se estima por diversas técnicas al objeto de ir refinando la consistencia y robustez de los estimadores, así como para poder comparar con los resultados identificados por la literatura reciente. Tras una primera estimación por OLS, se utilizan modelos de panel con efectos fijos, y finalmente panel dinámico del tipo System-GMM. Los resultados de este trabajo están en línea con las principales contribuciones de la literatura del crecimiento. La cuestión de las instituciones es clave para el crecimiento reciente en esta región, tal y como señalan las principales contribuciones de Daron Acemoglu (2001, 2005), o Dani Rodrik (2000, 2003, 2011). La apertura al exterior, vía inversión y comercio, es otro aspecto vital en el reciente devenir regional, tal y como apuntó Robert Lucas (2002) en su día, siendo una cuestión compartida con el milagro asiático de finales de los años 80 y 90. Finalmente, el desarrollo y consolidación de la base industrial y su apuesta por ir subiendo la escalera de la tecnología es el tercer pilar que señalan los resultados econométricos, tal y como indican Gene Grossman (1991), Elhanan Helpman (2004), y más recientemente Dani Rodrik (2000 2003, 2011) de nuevo. Estos son los resultados centrales de la investigación. Adicionalmente, otros factores como la educación, la estabilidad macroeconómica (inflación, stock de deuda externa), o el uso de internet aparecen como positivos aunque de segundo orden en el periodo de análisis, una vez controlado por los anteriores factores.

Los resultados animan a seguir por el camino emprendido por la región en los dos pasados decenios, perseverando en aquellas reformas e instituciones que tan buen resultado han venido dando, tal y como se ha podido constatar.

Fuentes de consulta

Acemoglu, D., Johnson, S. & Robinson, J.A., 2005. Institutions as a fundamental cause of long-run growth. *Handbook of economic growth*, 1, pp.385–472.

Acemoglu, D., Johnson, S. & Robinson, J.A., 2000. The colonial origins of comparative development: an empirical investigation, National bureau of economic research. Available at: <http://www.nber.org/papers/w7771> [Accedido agosto 27, 2014].

Anderson, T.W. & Hsiao, C., 1981. Estimation of dynamic models with error components. *Journal of the American statistical Association*, 76(375), pp.598–606.

Arellano, M., 2003. Panel data econometrics. OUP Catalogue. Available at: <http://ideas.repec.org/b/oxp/obooks/9780199245291.html> [Accedido agosto 27, 2014].

Arellano, M. & Bond, S., 1991. Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *The review of economic studies*, 58(2), pp.277–297.

Arellano, M. & Bover, O., 1995. Another look at the instrumental variable estimation of error-components models. *Journal of econometrics*, 68(1), pp.29–51.

Arrow, K., 1962. Economic welfare and the allocation of resources for invention. En *The rate and direction of inventive activity: Economic and social factors*. Nber, pp. 609–626. Available at: <http://www.nber.org/chapters/c2144.pdf> [Accedido agosto 27, 2014].

- Artal Tur, A., 2002. Modelos de desarrollo económico latinoamericano y shocks externos: una revisión histórica. Available at: <http://repositorio.bib.upct.es:8080/jspui/handle/10317/471> [Accedido agosto 27, 2014].
- Astorga, P., Bergés, A.R. & FitzGerald, V., 2011. Productivity growth in Latin America over the long run. *Review of Income and Wealth*, 57(2), pp.203–223.
- Awokuse, T.O., 2008. Trade openness and economic growth: is growth export-led or import-led? *Applied Economics*, 40(2), pp.161–173.
- Baer, W., 1972. Import substitution and industrialization in Latin America: experiences and interpretations. *Latin American Research Review*, pp.95–122.
- Baier, S.L. & Bergstrand, J.H., 2007. Do free trade agreements actually increase members' international trade? *Journal of international Economics*, 71(1), pp.72–95.
- Barro, R.J., 1996. Democracy and growth. *Journal of economic growth*, 1(1), pp.1–27.
- Barro, R.J., 2001a. Education and economic growth. The contribution of human and social capital to sustained economic growth and well-being, pp.13–41.
- Barro, R.J., 2001b. Human capital and growth. *American Economic Review*, pp.12–17.
- Barro, R.J. & Lee, J.W., 2013. A new data set of educational attainment in the world, 1950–2010. *Journal of development economics*, 104, pp.184–198.
- Barro, R.J. & Lee, J.-W., 1993. International comparisons of educational attainment. *Journal of monetary economics*, 32(3), pp.363–394.
- Barro, R.J. & Sala-i-Martin, X., 2003. *Economic growth*, 2nd, MIT Press.
- Baum, A., Checherita-Westphal, C. & Rother, P., 2013. Debt and growth: New evidence for the euro area. *Journal of International Money and Finance*, 32, pp.809–821.

- Bittencourt, M., 2012. Inflation and economic growth in Latin America: some panel time-series evidence. *Economic Modelling*, 29(2), pp.333–340.
- Blundell, R. & Bond, S., 1998. Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models. *Journal of econometrics*, 87(1), pp.115–143.
- Bodman, P., 2011. Fiscal decentralization and economic growth in the OECD. *Applied Economics*, 43(23), pp.3021–3035.
- Bordo, M.D., Meissner, C.M. & Stuckler, D., 2010. Foreign currency debt, financial crises and economic growth: A long-run view. *Journal of International Money and Finance*, 29(4), pp.642–665.
- De Boyrie, M.E. & Johns, R., 2013. The effects of trade agreements on the growth of major Latin American economies. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 22(3), pp.377–397.
- Cimoli, M. & Katz, J., 2003. Structural reforms, technological gaps and economic development: a Latin American perspective. *Industrial and corporate change*, 12(2), pp.387–411.
- Coe, D.T., Helpman, E. & Hoffmaister, A.W., 2009. International R&D spillovers and institutions. *European Economic Review*, 53(7), pp.723–741.
- Dollar, D. & Kraay, A., 2003. Institutions, trade, and growth. *Journal of monetary economics*, 50(1), pp.133–162.
- Easterly, W. & Levine, R., 2003. Tropics, germs, and crops: how endowments influence economic development. *Journal of monetary economics*, 50(1), pp.3–39.
- Eaton, J. & Kortum, S., 2002. Technology, geography, and trade. *Econometrica*, 70(5), pp.1741–1779.

- Eaton, J. & Kortum, S., 2001. Technology, trade, and growth: A unified framework. *European economic review*, 45(4), pp.742–755.
- Falvey, R., Foster, N. & Greenaway, D., 2012. Trade liberalization, economic crises, and growth. *World Development*, 40(11), pp.2177–2193.
- Frankel, J.A. & Romer, D., 1999. Does trade cause growth? *American economic review*, pp.379–399.
- De la Fuente, A. & Domenech, R., 2001. Schooling data, technological diffusion, and the neoclassical model. *American Economic Review*, pp.323–327.
- Garner, P., 2004. In Search of Prosperity: Analytic Narratives on Economic Growth. *The Economic Journal*, 114(499), pp.F547–F549.
- De Gregorio, J. et al., 2004. Growth and Adjustment in East Asia and Latin America [with Comments]. *Economía*, pp.69–134.
- Grossman, G.M. & Helpman, E., 1990. Trade, innovation, and growth. *The American economic review*, pp.86–91.
- Hall, R.E. & Jones, C.I., 1999. Why do some countries produce so much more output per worker than others?, National bureau of economic research. Available at: <http://www.nber.org/papers/w6564> [Accedido agosto 27, 2014].
- Hausman, J.A., 1978. Specification tests in econometrics. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, pp.1251–1271.
- Helpman, E., 2009. *The mystery of economic growth*, Harvard University Press. Available at: http://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=ne90_E9VwnQC&oi=fnd&pg=PR7&dq=The+mystery+of+economic+growth&ots=A0XHy00NXC&sig=YSrzhIoVQJqqN0uVI_rlsfovvM0 [Accedido agosto 27, 2014].

- Holtz-Eakin, D., Newey, W. & Rosen, H.S., 1988. Estimating vector autoregressions with panel data. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, pp.1371–1395.
- IMF (International Monetary Fund) (2012). "Regional Economic Update—Latin America and the Caribbean" Washington, DC.
- Kaufmann, D., Kraay, A. & Mastruzzi, M., 2011. The worldwide governance indicators: methodology and analytical issues. *Hague Journal on the Rule of Law*, 3(02), pp.220–246.
- Loayza, N., Fajnzylber, P. & others, 2005. Economic growth in Latin America and the Caribbean: stylized facts, explanations, and forecasts, World Bank Publications. Available at: http://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=F8fXJ5aGN6oC&oi=fnd&pg=PR3&dq=%22Economic+Growth+in+Latin+America+and+The+Caribbean:+Stylized+Facts,+Explanations,+and+Forecasts%22.+&ots=_zQbJZKe9Y&sig=hU5ehchRx8I9RC8Hlsk3T5tuelQ [Accedido agosto 27, 2014].
- Lucas Jr, R.E., 1993. Making a miracle. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, pp.251–272.
- Mankiw, N.G., Romer, D. & Weil, D.N., 1992. A contribution to the empirics of economic growth, National Bureau of Economic Research. Available at: <http://www.nber.org/papers/w3541> [Accedido agosto 27, 2014].
- Muns Albuixech, J., 1972. Industrialización y crecimiento de los países en desarrollo. Ariel. Barcelona. Available at: <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=COLPOS.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=006994> [Accedido agosto 27, 2014].

- Reinhart, C.M. & Rogoff, K.S., 2010. Growth in a Time of Debt, National Bureau of Economic Research. Available at: <http://www.nber.org/papers/w15639> [Accedido agosto 27, 2014].
- Rodrik, D., 2000. Institutions for high-quality growth: what they are and how to acquire them. *Studies in Comparative International Development*, 35(3), pp.3–31.
- Rodrik, D., 2011. The future of economic convergence, National Bureau of Economic Research. Available at: <http://www.nber.org/papers/w17400> [Accedido agosto 27, 2014].
- Romer, P.M., 1990. Endogenous technological change. *Journal of political Economy*, pp.S71–S102.
- Romer, P.M., 1987. Growth based on increasing returns due to specialization. *The American Economic Review*, pp.56–62.
- Sala-i-Martin, X.X., 1997. I just ran two million regressions. *The American Economic Review*, pp.178–183.
- Sala-i-Martin, X.X., 1996. Regional cohesion: evidence and theories of regional growth and convergence. *European Economic Review*, 40(6), pp.1325–1352.
- Solimano, A. & Soto, R., 2005. Economic growth in Latin America in the late 20th century: evidence and interpretation, United Nations Publications. Available at: [http://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=ijEps8pBna8C&oi=fnd&pg=PA7&dq=CEPAL+\(2005\).+%22Economic+growth+in+Latin+America+in+the+late+20th+century:+evidence+and+interpretation%22+Chile:+NNUU&ots=BBxGJ9gd8D&sig=rmpNMvIX4VjArNNBsNzZMKDiCHQ](http://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=ijEps8pBna8C&oi=fnd&pg=PA7&dq=CEPAL+(2005).+%22Economic+growth+in+Latin+America+in+the+late+20th+century:+evidence+and+interpretation%22+Chile:+NNUU&ots=BBxGJ9gd8D&sig=rmpNMvIX4VjArNNBsNzZMKDiCHQ) [Accedido agosto 27, 2014].
- Solow, R.M., 1957. Technical change and the aggregate production function. *The review of Economics and Statistics*, pp.312–320.

UNCTAD (2013). World Investment Report on-line. Geneva: Switzerland.

Wacziarg, R. & Welch, K.H., 2008. Trade liberalization and growth: New evidence. The World Bank Economic Review, 22(2), pp.187–231.

World Bank (2013). WorldDevelopmentIndicators on-line. Washington: TheWorld Bank.

Homogenización del trabajo en la teoría de la inexistencia del mercado de trabajo

Juan Roberto Vargas Sánchez

Aníbal Terrones Cordero

Resumen

En este documento se muestra la posibilidad de transitar de un modelo adscrito al marco analítico de la Teoría de la Inexistencia del Mercado de Trabajo (TIMT) con trabajo heterogéneo a uno con trabajo homogéneo, con ello se justifica metodológicamente el análisis de los fenómenos económicos tales como el desempleo y la distribución desde un modelo con trabajo especializado. Además, se muestra que las masas salariales que resultan de evaluar las distintas clases de trabajo especializado por sus respectivos salarios, son iguales al producto de las cantidades de trabajo homogéneo de cada especialidad por un salario uniforme.

Palabras Clave: Homogenización del trabajo. Especialización. Mercado de Trabajo.

1. Introducción

En la Teoría de la Inexistencia del Mercado de Trabajo (TIMT), entre otros resultados, se demuestra que la demanda de producto determina el nivel de empleo, que es posible comprobar una solución de equilibrio en el mercado de producto con soluciones que reportan niveles de empleo inferiores al pleno, y que el desempleo involuntario⁵⁶ es un

⁵⁶ En este trabajo desempleo y desempleo involuntario se usan como sinónimos. Se adopta el concepto de desempleo involuntario establecido en la TIMT (Noriega 2001 p.108), es decir, este tipo de desempleo involucra a personas que han perdido sus puestos de trabajo.

resultado de la inestabilidad del sistema. Más aún, se muestra que la distribución forma parte inseparable de los procesos económicos y que el mercado provoca fenómenos distributivos. Todos estos resultados se alcanzan con un instrumental analítico en el que la categoría trabajo que se utiliza es la de trabajo homogéneo. El objetivo de este trabajo es demostrar que partiendo de un sistema que considera trabajo heterogéneo se arriba a uno con trabajo homogéneo. De esta forma se justifica metodológicamente en el marco analítico de la TIMT, la utilización en los desarrollo de la propia TIMT, tanto de trabajo especializado como de trabajo homogéneo para el análisis.

La macroeconomía estudia los efectos a nivel global de los grandes agregados. De acuerdo con Klimovsky (1996) dicho enfoque se justifica si tanto las medidas como el comportamiento de dichos agregados son independientes de su estructura. La organización de este trabajo es la siguiente. En la segunda sección se muestra que en el marco analítico de la TIMT es posible transitar desde un modelo con trabajo heterogéneo a uno con trabajo homogéneo. El desarrollo de la TIMT al igual que el de las demás teorías, demanda ampliar el análisis a otros escenarios, es así que en este trabajo se muestra la transición hacia la homogenización del trabajo a la luz de un modelo TIMT con trabajo heterogéneo.

2. Homogenización del trabajo desde un modelo timt con especialización del trabajo

En esta investigación se reconoce la diversidad de los distintos tipos de trabajo, en particular, se enfatiza acerca de su especialización. Precisamente por lo heterogéneo de los

trabajos debido a la especialización, la posibilidad de su agregación demanda que los diferentes tipos de trabajo se homogenicen, es decir, se requiere que antes de agregarlos y hacer análisis, los distintos elementos que la componen sean uniformes. En el modelo básico de la TIMT el trabajo como factor de la producción es abstracto, pero desde la tecnología de producción que en dicha teoría se propone es posible enunciar la composición interna de trabajo especializado en las empresas ya que incluye en dicha tecnología a la organización. De esta forma, se abre la posibilidad de incorporar al análisis trabajo concreto, específicamente trabajo especializado. Cabe mencionar que este tipo de trabajo se define por las funciones que ejecuta, entonces es heterogéneo en sus funciones. En este modelo, el trabajo será homogéneo cuando sea posible su agregación. El objetivo de esta sección es mostrar la posibilidad de transitar desde un modelo con trabajo heterogéneo a uno con trabajo homogéneo; por tanto, se requiere adoptar un criterio para homogeneizar al trabajo.

Desde la literatura sobre los precios de producción Klimovsky (1995), ubica cuatro criterios de homogeneización de las distintas calidades de trabajo; se trata del supuesto sobre el trabajo físicamente homogéneo, de la asimilación del trabajo homogéneo al trabajo abstracto de Marx, de la homogenización mediante la movilidad y el aprendizaje, y de la homogenización a través de los salarios. De acuerdo con Klimovsky (1995), el criterio que utilizan los clásicos para la homogenización del trabajo son los salarios. Lo relevante para los propósitos de este trabajo se encuentra en la raíz del criterio clásico de dicha homogenización, a saber: la hipótesis de invariabilidad de las relaciones entre las tasas de salario para trabajos de diversas calidades. La hipótesis de invariabilidad tiene su origen en

Smith (1776), es retomada y refrendada por Ricardo (1821), y mencionada explícitamente por Garegnani (1960).⁵⁷

A continuación se demostrará que en el marco analítico de la TIMT, la homogenización del trabajo es un resultado del propio sistema por las siguientes razones. Primera, como se ha demostrado en Vargas (2013), la hipótesis de invariabilidad de los clásicos es un resultado en el sistema analítico TIMT. Segunda, es suficiente conocer la estructura salarial de la economía para arribar a un sistema en el que el trabajo es homogéneo.

En Vargas (2013, Cap. 2) se demuestra que la estructura salarial de las economías de mercado que en dicho documento se analizan, tiene la siguiente forma:

$$w = (w_1, w_2, \dots, w_n) \quad (1)^{58}$$

Suponga que tanto los productores como los consumidores antes de realizar sus cálculos económicos conocen la estructura salarial representada en (1), entonces si se sustituye el

equivalente del salario de los trabajadores-manufactura (w_1) en el programa económico original de la empresa, se contará con el siguiente modelo:

$$w_1 = \frac{w_2}{w_1} \dots \frac{w_n}{w_1} \quad (2)$$

⁵⁷Klimovsky (1995 pp.13-14)

⁵⁸ Esta ecuación en Vargas (2013) es un resultado. En este documento y con el fin de facilitar el análisis aquí se utiliza como un supuesto.

$$(\quad) \quad (3)$$

Considere que, y , (\quad) .

Una vez realizada la maximización y solucionado el sistema que se conforma, se arriba a las funciones de demanda de trabajo de cada especialidad y a la oferta de producto:

-Demanda de trabajo especializado en manufactura:

$$\frac{\quad}{(\quad)} \quad (4)$$

-Demanda de trabajo especializado en gestión:

$$\frac{\quad}{(\quad)} \quad (5)$$

-Oferta de producto:

$$(\quad) \frac{\quad}{(\quad)} \quad (6)$$

Por otra parte, siguiendo el mismo procedimiento para el cálculo económico del consumidor especialista en manufactura se tiene que:

(7)

()

S.a ()

(8)

Entonces efectuando la maximización y una vez solucionado el sistema, se cuenta con las funciones de demanda de producto y oferta de trabajo correspondientes a este especialista:

-Demanda de producto del consumidor-manufacturera:

$$\frac{—}{()} \frac{—}{()} \frac{—}{()} \quad (9)$$

-Oferta de trabajo del consumidor-manufacturera:

$$\frac{—}{()} \quad (10)$$

Cabe mencionar que el cálculo económico del consumidor especializado en gestión es análogo al del consumidor especializado en manufactura, entonces:

-Demanda de producto del consumidor-gestor:

$$\frac{—}{()} \frac{—}{()} \quad (11)$$

-Oferta de trabajo del consumidor-gestor:

$$\frac{\quad}{(\quad)} \quad (12)$$

A partir de las condiciones de equilibrio macroeconómico que contemplan tanto un mercado de producto como un sector laboral con dos subsectores, se tiene que:

-Mercado de producto:

$$(\quad) \quad (13)$$

-Sector laboral:

-Subsector trabajadores-gestión,

$$(\quad) \quad (14)$$

-Subsector trabajadores-manufactura,

$$(\quad) \quad (15)$$

Sustituyendo (6) y la suma de (9) y (11) en (13), y (5) y (12) en (14), así como (4) y (10), en (15), se arriba al siguiente sistema:

$$\begin{array}{ccccccc} _ & _ & & (_ & & _ & \\ (&) & (&) &) & (&) & (&) \end{array} \quad (16)$$

$$\begin{array}{ccc} _ & (& _ \\ &) & \\ & &) \end{array} \quad (17)$$

$$\begin{array}{ccc} _ & (& _ \\ &) & \\ & &) \end{array} \quad (18)$$

Dada la estructura salarial (1), las distintas especialidades del trabajo han sido previamente homogenizadas a través de la relación de equivalencia de sus salarios; entonces es posible sumar (17) y (18), por lo cual de aquí en adelante este sistema se denominará: sistema-homogéneo. Por el momento, dicha suma se hace sólo para pleno empleo, es decir, atendiendo en ambas desigualdades débiles a la igualdad con cero:

$$\begin{array}{ccc} _ & & _ \\ (&) & (&) \end{array} \quad (19)$$

Resolviendo en (19), se obtiene su magnitud de pleno empleo:

$$\underline{()} \quad \underline{()} \quad (20)$$

Si se sustituye (20) en (16) y se resuelve para el producto medio de equilibrio de pleno empleo, se obtiene:

$$\frac{w}{p} = \frac{w}{p} \left(\frac{w}{p} \right)^* + \frac{w}{p} \quad (21)$$

Para fines de comparación, se postula un sistema con trabajo especializado⁵⁹. En este sistema el trabajo todavía no ha sido homogenizado y por tanto no es posible la suma, por ello en adelante se denominará sistema-heterogéneo:

$$\frac{w}{p} \left(\frac{w}{p} \right)^* + \frac{w}{p} \left(\frac{w}{p} \right) \quad (22)$$

$$\frac{w}{p} \left(\frac{w}{p} \right) \quad (23)$$

$$\frac{w}{p} \left(\frac{w}{p} \right) \quad (24)$$

Una vez solucionado el sistema anterior, se arriba a las siguientes magnitudes de pleno empleo tanto de $\frac{w}{p}$ como de la estructura salarial, respectivamente:

$$\frac{w}{p} \left(\frac{w}{p} \right) \quad (25)$$

$$\frac{w}{p} \left(\frac{w}{p} \right) \quad (26)$$

⁵⁹ Este sistema es similar al obtenido en Vargas (2013, Cap.2).

Si se sustituye (26) en (24), entonces se pueden sumar (23) y (24)⁶⁰ y se arribará a (25); si además se sustituye (25) y el salario de los trabajadores-manufactura en términos del salario de los trabajadores-gestión en (22), se tiene que el sistema heterogéneo es idéntico al sistema homogéneo. Por lo tanto, en el sistema analítico TIMT la transición de un sistema con trabajo especializado a uno con trabajo homogéneo es posible y se realiza de forma natural una vez que se resuelve la estructura salarial. Destaca que dicha estructura es invariable, lo cual constituye una condición necesaria para homogenizar distintos tipos de trabajo.

Otro punto es que en un modelo TIMT con trabajo especializado es posible conocer la distribución de trabajo homogéneo entre las dos especialidades que existen. Para mostrarlo, se resuelven las demandas de trabajo de cada especialidad, con esto quedan definidos los requerimientos de las diversas clases de trabajo empleadas en la producción; una vez que se conocen sus respectivos salarios,⁶¹ entonces, se pueden agregar los distintos trabajos mediante las masas salariales que se pagan a cada especialidad. Dichas masas son:

(27)

(28)

⁶⁰ En este momento la suma ya es posible porque como se mostró un poco antes con el sistema homogéneo, la sustitución de la estructura salarial homogeniza a los distintos tipos de trabajo mediante los salarios.

⁶¹ Se asume que el salario de los especialistas en manufactura es el salario a negociar, y que este constituye la base de la estructura salarial, de ahí que el salario de los trabajadores-gestión se resuelva una vez conocido el resultado de dicha negociación.

La masa salarial global se define como la suma de las masas salariales que remuneran a los distintos tipos de trabajo:

(29)

Sustituyendo en (29) los requerimientos de las diversas especialidades del trabajo empleadas en la producción, se obtiene:

$$\frac{\text{---}}{(\quad)} = \frac{\text{---}}{(\quad)} \quad (30)$$

La ecuación (30) muestra que las masas salariales que resultan de evaluar las distintas clases de trabajo especializado por sus respectivos salarios, son iguales al producto de las cantidades de trabajo homogéneo de cada especialidad por un salario uniforme (). De esta forma, cualquier diferencia en calidad entre los diferentes trabajos, se reduce a una diferencia en cantidad; entonces, los requerimientos de trabajo de cada especialidad son fracciones de la cantidad global de trabajo homogéneo o trabajo total demandado para la producción, así en (30) se aprecia la distribución de trabajo homogéneo entre las dos especialidades que existen.

3. Conclusión

La transición de un modelo con trabajo heterogéneo a uno con trabajo homogéneo en el marco analítico de la TIMT es posible, con ello se muestra la consistencia entre la TIMT y su extensión teórica con trabajo especializado. En este documento se demostró que las

masas salariales que resultan de evaluar las distintas clases de trabajo especializado por sus respectivos salarios, son iguales al producto de las cantidades de trabajo homogéneo de cada especialidad por un salario uniforme. Lo cual implica que las diferencias en calidad entre los diferentes trabajos, se reduce a una diferencia en cantidad; así los requerimientos de trabajo de cada especialidad son fracciones de la cantidad global de trabajo homogéneo o trabajo total demandado para la producción.

Referencias bibliográficas

- GAREGNANI, P. (1960) *II Capitalenelle Teoriedella Distribuzione*. Milán 1972: Giuffrè.
- KLIMOVSKY, E. (1995) El concepto de trabajo homogéneo en el trabajo de Sraffa y en la tradición clásica. *Economía, Teoría y Práctica Nueva Época* (4), 7-24.
- KLIMOVSKY, E. (1996) La agregación de trabajos heterogéneos: salarios, precios y nivel general de empleo. *Noésis No. 17* *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. *La Teoría Generalde Keynes: sesenta años después*, Ciudad Juárez, México.
- MARX, K. (1867). *El Capital* (vigésimocuarta edición en español ed.). México: Siglo XXI (2001).
- NORIEGA, F. (2001) *Macroeconomía para el Desarrollo. Teoría de la Inexistencia del Mercado de Trabajo*. México: McGraw-Hill.
- _____ (Septiembre-Diciembre de 2003). Desempleo, interés y salarios en economía dinámica y competitiva. *Momento Económico*(129-130), 18-32.
- _____ (Diciembre de 2005). Breve reflexión acerca de la teoría del interés. *Economía, Teoría y Práctica, Nueva época*(23), 5-21.

- _____ (2011). Teoría del Interés. En F. A. NORIEGA UREÑA, Macroeconomía Divergente (págs. 46-66). Morelia, Michoacán, México: Facultad de Economía "Vasco de Quiroga".
- RICARDO, D. (1821). Principios de Economía Política y Tributación. México: FCE 1987.
- SMITH, A. (1776). Investigación sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones (undécima reimpresión ed.). México: FCE (2000).
- VARGAS, J-R. (2013) Especialización del Trabajo y Diferencial Salarial en el Marco Analítico de la Teoría de la Inexistencia del Mercado de Trabajo. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma Metropolitana. México.
- VELÁZQUEZ, D. (Mayo de 2009). Teoría de la Dinámica de las Economías de Mercado: Un modelo de Generaciones Traslapadas en el Marco Analítico de la Teoría de la Inexistencia del Mercado de Trabajo. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma Metropolitana. México.

La economía del estado de hidalgo y el origen de sus regiones hasta 1930

Dr. Edgar Iván Roldán Cruz

Resumen

El objetivo del presente es analizar el comportamiento registrado por la economía hidalguense durante la dinámica productiva que vivió el país sobre el Modelo Agrario-Exportador (M-AE). Se enriquece al contrastarse con la economía del Distrito Federal (DF) y del Estado de México, debido a la cercanía geográfica con la capital hidalguense y al perfil dominante que ambas economías desde la consolidación del capitalismo en México han mostrado a nivel país y en la propia Región Centro (RC). El análisis se fundamenta en la teoría de la causación circular acumulativa de Myrdal (1959), caracterizada por estudiar el crecimiento económico al concentrarse en una región, la cual según él propicia la aparición de rendimientos crecientes a escala, ocasionando que operen dos fuerzas, por un lado la centrípeta, que atrae capital y mano de obra del área circundante, que es su área de influencia o Hinterland, hacia las tierras del centro o Heartland, y la centrifuga, ocasiona que el Hinterland pierda sus recursos, creando dos efectos simultáneos y contradictorios. La información estadística analizada proviene de los Censos de Población y Vivienda, Sistema Nacional de Cuentas de México, y Censos Económicos, todos publicados en varios años por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI); tratadas a partir de la construcción de índices simples⁶². Con la ayuda del método coremático⁶³, se discuten las

⁶² Éstos, se definen como un valor adimensional que permite comparar una observación con respecto a otra, a través del tiempo o del espacio (Cabrera, Gutiérrez y Antonio, 2005, p.122).

⁶³ Según Roger Brunet, el padre del método coremático, existen reglas de organización del espacio y estas producen estructuras elementales de organización que él nombra —coremasl. Dice, son tantos signos que expresan, en general,

evidencias, dogmas e ideas preestablecidas sobre la realidad del espacio hidalguense en cada etapa analizada. La principal conclusión señala, desde la consolidación del capitalismo en México hasta los años 30, la economía hidalguense se supeditó a lógicas externas a ella y en algunos casos al propio país, marcando peculiar organización espacial en la estructura productiva, la cual empezaría a privilegiar económicamente al sur de la entidad, zona de mejor acceso al Distrito Federal y a la Región Centro.

Introducción

Antes de emprender el presente, es importante mencionar que sus raíces provienen de diversos factores heredados, algunos se remontan a la economía colonial, otros, importados durante el siglo XIX, principalmente de Europa como consecuencia de la Segunda Revolución Industrial que experimentó ese continente; y otros obedecen a la localización geopolítica del país, principalmente debido a la cercanía con Estados Unidos de América. La idea de convertir a la excolonia española en una sociedad desarrollada mediante la industrialización surgió en el pensamiento político mexicano después de la Independencia. En la primera mitad del siglo XIX, época en que EUA era todavía una sociedad no desarrollada —en particular en regiones de la frontera sur— México se sumía en un interminable conflicto intelectual y político que básicamente abarcaba tres temas: a) centralismo contra federalismo, b) conservadurismo contra liberalismo, en términos políticos y c) libre comercio contra protección industrial, en términos económicos (Wionczek, 1986: 553).

estrategias de dominación de la naturaleza y de los demás. La combinación de esos coremas produce la organización específica de los espacios singulares (Arreghini, 1996, p. 55).

El Modelo Agrario Exportador (MAE) en México estuvo vigente grosso modo desde la consolidación del capitalismo en el país, hasta la gran depresión de los años treinta. El proceso de acumulación de capital provino del sector exportador tradicional, caracterizado por la explotación de los recursos naturales y la elaboración de artículos producidos en la industria extractiva, determinando la existencia de cierto progreso productivo industrial.⁶⁴ Esta acumulación dependió en gran medida de capital internacional, principalmente norteamericano y británico, estratégicamente localizado en algunos puntos del territorio mexicano. El Distrito Federal (D.F.) y algunas entidades del norte del país resaltaron como concentradores económicos; por el contrario, el resto de las entidades, por ejemplo Hidalgo, sufrieron limitaciones en su estructura productiva. El crecimiento de la riqueza produjo en el norte y en el centro del país un aumento paralelo del sector medio de la sociedad (intelectuales urbanos, pequeños propietarios rurales, empleados públicos y otros sectores de la clase media), los cuales tuvieron una mayor actividad en la oposición al régimen de Porfirio Díaz y fueron protagonistas, junto con los miembros disidentes de la élite, en la Revolución Mexicana.

1. El Porfiriato

En México, el capitalismo como modo de producción dominante se consolidó en el marco del Porfiriato (1876-1880 y 1884-1911), época que definió el inicio de la concentración mercantil-industrial por parte del Distrito Federal (Garza y Pescador, 1993: 6). Lo anterior sucedió por tres causas socioeconómicas: a) el poder político se centralizó en el D.F., otorgándole grandes ventajas adicionales sobre otras ciudades, b) en ella se realizaban los

⁶⁴ Entre los años de 1877-1878 las exportaciones se sextuplicaron, de 40 millones y medio, a casi 288 millones en 1910-1911. Las importaciones crecieron tres veces y media, de 49 millones a 214 millones. Gradualmente los bienes de producción comenzaron a sobresalir en las importaciones, mientras que los de consumo disminuían su participación; para el año de 1910 representaban el 43 por ciento, mientras que los de producción 57 por ciento (Lerman, 1984: 24).

trámites legales que regulaban la actividad económica que tendía a localizarse donde éstos se efectuaran y c) la existencia física del aparato del Estado Mexicano la privilegió en términos de inversiones para construcción de elementos de infraestructura, indispensables para el proceso productivo y la reproducción de la fuerza de trabajo.

El primer periodo del general Díaz sentó las bases del proceso de expansión económica que se inició más tarde. Durante el mandato de Manuel González se asumieron las decisiones políticas más costosas que influyeron, tiempo después, en el despegue económico del país (Lomelí, 2009: 91). La consolidación del sistema económico se desarrolló en el segundo periodo porfirista, bajo el creciente flujo de Inversión Extranjera (IE), principalmente británica, francesa y norteamericana,⁶⁵ en transporte ferroviario, extracción de petróleo, telégrafos, electricidad y puertos. Del grueso de inversiones que ingresaron al país, el capital norteamericano fue el más constante, diverso y de mayor cuantía, y son las que despertarían el mayor recelo (Pletcher, 1952-1953: 569). El capital extranjero en nuestro país creció considerablemente: de menos de 100 millones de dólares en 1876 a alrededor de mil 700 y 2 mil millones de dólares en 1910 (Topik, 1990: 89). La asociación de capital extranjero, y en menor medida local, con el ideario político del general Díaz, tuvo el objetivo de reglamentar y coordinar, mediante un Estado fuerte, los requerimientos súper estructurales necesarios para el desarrollo del naciente capitalismo. El dinamismo económico del país descansó en la explotación creciente de los recursos naturales, con dependencia de capital y tecnología extranjera. Esto fue válido sobre todo para algunos sectores de la industria y de los servicios, y en un grado menor fue también para la

⁶⁵ La política estatal del periodo porfirista fue la apertura al capital foráneo en una etapa en que los imperialismos europeo y norteamericano competían para colocar sus excedentes de mercancías y capitales (Lerman, 1989: 91).

agricultura, la cual representó el sostén de 70 por ciento de la población (Meyer, 1986: 478).

En este periodo, el Producto Interno Bruto (PIB) del país aumentó en términos reales a una tasa anual de 2.39 por ciento (**Cuadro 1** México, Producto Interno Bruto, 1896-1930.), la mayoría de la fuerza de trabajo se localizó en el sector primario; 65.49 en 1900 y 67.98 en 1910 (

Cuadro 2 País, D.F., Hidalgo y Estado de México.. En la mayoría de los sectores productivos, las estimaciones indican que hubo una drástica disminución del salario real, el cual se ha calculado aproximadamente en un 25 por ciento. Ligado a esto, las condiciones de trabajo eran intolerables: la jornada de trabajo más favorable era de 12 horas y media de labor efectiva, de las 6 de la mañana a las 8 de la noche, menos dos intervalos de 45 minutos para el almuerzo y la comida (Lerman, 1989: 108).

Cuadro 1 México, Producto Interno Bruto, 1896-1930.

Etapa	Periodo	Producto Interno Bruto		Tasa de crecimiento
Porfiriato	1896-1912	185,410	274,447	2.39
Revolución Mexicana	1913-1930	259,444	279,655	0.44

Fuente: Banco de México. Indicadores Económicos. Base 2003

Dentro de la dinámica nacional destaca la participación laboral del D.F., pues contribuyó en promedio con 10.66 y 17.98 por ciento en el sector secundario y terciario nacional, respectivamente (**Cuadro 3** D.F., Hidalgo y Estado de México). Esta contribución es explicada por su distribución interna, pese a la crisis económica de 1907-1908, ambos sectores concentraron en conjunto cerca del 80 por ciento de la fuerza de trabajo (

Cuadro 2 País, D.F., Hidalgo y Estado de México.). En la industria textil, la economía del D.F.⁶⁶ en 1990 agrupó 9 por ciento de firmas industriales y 12 por ciento de ventas, diez años después cerca de 8 y 14 por ciento, respectivamente. En la tabacalera agrupó 38 por ciento de las ventas nacionales y cinco de empresas, 58 y 2 por ciento en 1910, proporcionalmente. La industria de aguardiente del D.F. aportó 5 y 1 por ciento de ventas y establecimientos del país tanto para 1900 y 1910, respectivamente (Garza y Pescador, 1993: 14). Este comportamiento debe ser entendido a partir de las reiteradas crisis económicas, se propiciaba un proceso de concentración gradual de fábricas modernas que abastecían al mercado nacional, porque el desarrollo de las vías férreas facilitaba el transporte. Este hecho significó que las manufacturas pequeñas e incluso las medianas fueran desapareciendo, al ser difícil competir con la producción de las grandes empresas (Lerman, 1989: 98).

Cuadro 2 País, D.F., Hidalgo y Estado de México.

Sector	Entidad	1900	1910	1930
Primario	México	66.94	67.98	73.16
	DF	14.90	19.05	13.48
	Hidalgo	70.34	73.90	80.77
	EdoMex	76.69	76.49	80.90
Secundario	México	16.67	15.24	15.00
	DF	24.86	35.00	39.82
	Hidalgo	18.74	15.26	11.99
	EdoMex	11.36	13.91	9.95
Terciario	México	17.39	16.78	11.84
	DF	60.23	45.95	46.70
	Hidalgo	10.92	10.84	7.24
	EdoMex	8.95	9.6	9.15
Total	México	100	100	100
	DF	100	100	100
	Hidalgo	100	100	100
	EdoMex	100	100	100

Fuente: INEGI. Censos Generales de Población y Vivienda (varios años)⁶⁷.

⁶⁶ Para determinar la exactitud de participación del D.F. en la dinámica económica del Porfiriato, se requiere contar con datos del valor de la producción o del quantum producido, información de la que sólo se dispone para la industria textil, tabacalera y del aguardiente.

⁶⁷ De 1910 a 1970 el concepto de población económicamente activa corresponde al de población ocupada. El INEGI define la siguiente agrupación de los sectores económicos. Sector primario: agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y caza.

Cuadro 3 D.F., Hidalgo y Estado de México

Sector	Entidad	1900	1910	1930
Primario	México	100	100	100
	DF	1.42	1.46	1.00
	Hidalgo	4.35	4.16	5.00
	EdoMex	7.09	6.65	7.00
	Resto del país	87.14	87.74	87.00
Secundario	México	100	100	100
	DF	9.34	11.97	10.00
	Hidalgo	4.59	3.83	3.00
	EdoMex	4.00	5.39	4.00
	Resto del país	82.08	78.80	83.00
Terciario	México	100	100	100
	DF	21.69	14.27	25.00
	Hidalgo	2.56	2.47	3.00
	EdoMex	3.02	3.38	5.00
	Resto del país	72.73	79.88	67.00

Fuente: INEGI. Censos Generales de Población y Vivienda (varios años). De 1910 a 1970 el concepto de población económicamente activa corresponde al de población ocupada.

El gran desarrollo de estas tres industrias reflejaba la expansión de mercado económico interno bajo el Porfiriato,⁶⁸ ligada indudablemente a los cambios en la producción manufacturera de los países avanzados. El predominio de Europa y sobre todo Gran Bretaña era indiscutible, pero a partir de 1870, Estados Unidos y Alemania se convirtieron en serios competidores (Lerman, 1989: 24). La tasa de crecimiento de la industria mexicana entre 1878-1911 fue de 3.6 por ciento anual (Cerde, 1988), influida principalmente por la producción de cigarrillos, la cual se duplicó entre 1898 y 1910; la de textiles de algodón creció en casi dos tercios entre 1895 y 1910; y la de cerveza aumentó muchísimo más. A pesar de la drástica caída de poder adquisitivo internacional del peso, las importaciones reales per cápita se incrementaron en más del doble entre 1892 y 1907 (Haber, 1989: 49).

Sector secundario: industria del petróleo, industria extractiva, industria de la transformación, construcción y generación de energía eléctrica. Sector terciario: comercio, transportes, servicios y gobierno.

⁶⁸ El antecedente más importante es el Banco del Avío que junto con otras medidas, como prohibiciones arancelarias y extensiones fiscales, hizo posible el impulso a la industrialización y la instalación de las primeras fábricas mecanizadas. Sin embargo, su éxito fue parcial, porque los obstáculos a vencer fueron múltiples, ya que éste era un país donde se mantenían las aduanas interiores, se carecía de transportes adecuados, los capitales eran insuficientes, y la inestabilidad política conllevaba a cruentas luchas internas (Lerman, 1989: 89).

Fue durante el gobierno de Porfirio Díaz cuando una serie de factores se articularon para estimular el proceso de industrialización, destaca: el mantenimiento de gravámenes a la importación de algunos productos extranjeros similares a los que se fabricaban en el país, el caso de telas de algodón por ejemplo (aunque su interés fuera meramente fiscal) favoreció a la industria textil que logró abastecer sin grandes trabas al mercado local. La abolición definitiva en 1896 de las alcabalas y de las aduanas interiores, junto a la construcción de una amplia red ferroviaria unificó el mercado interno (Lerman, 1989: 90).

El papel protagonista del D.F. se debió directamente a las cuantiosas inversiones que recibió el país en infraestructura: de 1877 a 1910 alcanzaron la suma total de 1036.9 millones de pesos de la época, distribuidos en 286 millones provenientes de fondos privados, 667 millones contratados por compañías extranjeras y 83.9 millones otorgados por el gobierno. De los 286 millones de inversión privada, 93 se gastaron en el D.F., 64 se destinaron al resto del país y 130 fueron inversiones generales que favorecían específicamente al D.F., tal fue el caso del sistema de bancos federales y el tendido de vías férreas. La inversión de 667 millones de pesos contratada por compañías extranjeras era la más cuantiosa. Únicamente 20 millones correspondían directamente a la capital, 147 a otras entidades del país y los 500 restantes fueron canalizados al tendido de vías férreas en toda la república, favoreciendo en especial al D.F. Finalmente, las inversiones realizadas directamente por el gobierno se concentraban excesivamente en la capital, que absorbía 69.2 millones de 83.9 invertidos, esto es 82.5 por ciento del total, mientras que en el resto del país se invirtieron los 14.7 millones restantes. Así, el gobierno federal concentró sus inversiones de infraestructura casi exclusivamente en el D.F. y las aportadas por empresas

privadas-extranjeras también la beneficiaban en forma directa o indirecta (Garza y Pescador, 1993: 23).

Parafraseando a Myrdal (1979), lo sucedido con la economía del D.F. fue originado por un doble proceso, acumulativo y cualitativo. En primer lugar, el crecimiento inicial del D.F., derivado de las tres causas señaladas al inicio del texto, determinó la creación de un mercado interno amplio y en crecimiento. Este hecho estimuló nuevas inversiones que produjeron relanzamiento de la demanda local y del potencial de crecimiento industrial y básico. En segundo lugar, la relativa existencia de economías de escala, de aglomeración y adopción de innovaciones acordes a los tiempos del Porfiriato, derivado del proceso que acompañaron las nuevas inversiones y bienes de capital, dieron lugar a que aumentara la productividad en la economía del D.F., lo que permitió atraer nuevas demandas externas. Así, las inversiones se realizaron en función de la dimensión y crecimiento esperado de la demanda, tanto local como externa, más que en función del beneficio que pudo producir.

Por su parte, en este periodo la economía de Hidalgo registró baja participación en la dinámica del país: contribuyó en promedio con 4.35 por ciento en el sector primario, 4.21 en el secundario y 2.52 en el terciario (Cuadro 3). En promedio, cerca de 75 por ciento de la fuerza de trabajo hidalguense se ocupaba en actividades primarias (Cuadro 2). Similar comportamiento registró la economía del Estado de México; aunque el porcentaje de la población ocupada primaria fue superior al resto, su tendencia iba a la baja, propiciando el crecimiento de la población económicamente activa secundaria y terciaria (Cuadro 2).

La lógica economía hidalguense se sustentó, desde la época colonial hasta bien entrado el siglo XX, en la extracción de plata,⁶⁹ que por sus características registró escasa capacidad transformadora. En manos de los españoles primero, después de capital británico (1824-1849), posteriormente mexicano (1850-1906), luego norteamericano (1906-1947), paraestatal (1947-1990) y privatizado a partir de este año, los reales de minas constituyeron el prototipo de enclaves productivos (CEPAL, 1991: 3). Entre 1824 e inicios del siglo XX, en razón de su producción, número de empleados, inventario físico y capital, la Compañía Real del Monte-Pachuca⁷⁰ fue la más grande y antigua de la entidad y del propio país. Su historia decimonónica se contextualiza en dos periodos, de acuerdo con el lugar que la Compañía ocupó en la región: el primero abarca de 1824 a 1875, en que la empresa de capital británico primero y después mexicano, ejerció un completo dominio sobre la extracción y el beneficio de la plata en el distrito minero, no hubo otra empresa minera o metalúrgica comparable en la región (Herrera, 1994); en el segundo, de 1876 hasta 1906, otras compañías que se desarrollaban con gran ímpetu, mayores capitales y capacidad de adoptar las innovaciones tecnológicas, participaron del control de la industria minera del distrito, empero, la trascendencia e influencia de la Compañía dirigida por inversionistas mexicanos sobre el dinamismo socioeconómico de la región y de la entidad, se prolongó aún por mucho tiempo (Herrera, 1979). En 1850, la Compañía contribuía con algo más de una cuarta parte del total de plata producida en el país. Para fines de 1910, los dividendos de las empresas mineras hidalguenses llegaron a representar 56.3 por ciento del total

⁶⁹ Las minas en Hidalgo fueron descubiertas en 1552 (Bargalló, 1955). Éstas nacieron como instrumento de control de dominio por parte de la Corona Española, en la extracción y el comercio de la plata en las colonias americanas. En 1582 se formaliza la explotación de los centros mineros de la entidad. Las primeras vetas se localizaron en los cerros de Magdalena y San Cristóbal. A finales de ese año, Alonso Pérez de Zamora descubrió las hoy conocidas minas de Real del Monte (Ruíz, 2000, p.45).

⁷⁰ Pachuca se sitúa a dos mil 425 metros sobre nivel del mar, se localiza a 93 kilómetros al noroeste de la capital del país, al pie suroccidental de la Sierra de Pachuca. Por su parte, Real del Monte, se sitúa a menos de seis kilómetros al norte de Pachuca, se encuentra en la cabecera de un valle al noroeste de la cresta de dicha serranía. La dimensión de ambos distritos comprende una superficie aproximada a 130 kilómetros cuadrados.

generado en la cuenta nacional. En 1920, el distrito minero Real del Monte Pachuca fue catalogado como el primer productor mundial de plata (Ortega, 2002: 48).

Lo anterior fue posible, entre otras causas, porque en el distrito minero se inventó el método de amalgamación que dio a la Corona Española cuantiosos caudales de plata. Durante el México independiente, siguió como importante productor y lugar de innovaciones tecnológicas, introdujo el uso del vapor, la perforación neumática y la electricidad. Todo ello, gracias al esfuerzo compartido de connacionales y extranjeros. A inicios del siglo XX se alcanzó una infraestructura tecnológica acorde a los parámetros de modernidad utilizados en este momento, lo que implicó disponer del recurso natural en abundancia, equipos e instalaciones adecuadas, capital científico y tecnológico, y profesionales- técnicos calificados con las actitudes y habilidades necesarias para operar y mejorar el trabajo de las minas y haciendas del beneficio (Ortega, 2010: 225). Además, debido a su proximidad al D.F., durante el Porfiriato el enclave minero recibió un especial interés en la búsqueda de metales preciosos, base de la economía colonial e independentista, se transformó en el centro productor de plata más cercano a la capital del país, lo que facilitó la continuidad en la explotación, pese al carácter cíclico característico de la actividad minera (Saavedra y Sánchez, 2008: 84). Esta cercanía influyó para que gran proporción de los impuestos mineros de la Compañía se destinara al gobierno central, ya que monopolizó los impuestos al comercio exterior, dejando el ingreso restante para el sostenimiento de los funcionarios de los tres órdenes de gobierno estatal hidalguense, las fuerzas de seguridad y una parte mínima para los ramos de educación y salud pública. La primera era exclusiva para el Instituto Científico y Literario; localizado en Pachuca, mientras que la inversión en hospitales era destinada para los municipios de Actopan,

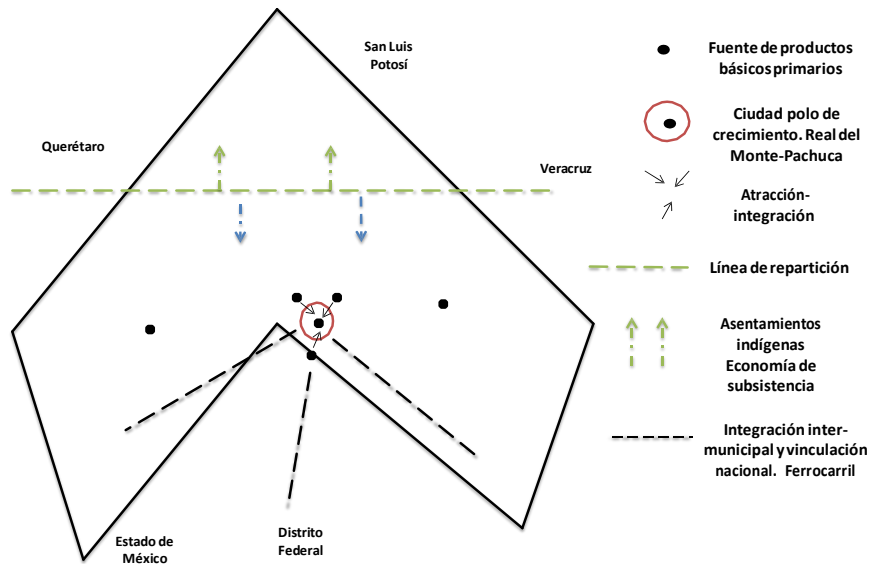
Pachuca, Ixmiquilpan y Tula (Herrera, 1984: 30). Los impuestos al comercio exterior constituían aproximadamente el 50 por ciento de los ingresos del Estado y los aplicados a las importaciones los fundamentales, ya que las exportaciones eran mínimamente gravadas (Lerman, 1989: 30).

Durante la economía porfirista, la minería mexicana vivió un proceso de auténtica reestructuración y modernización productiva, dirigida y orientada por intereses imperialista de consorcios extranjeros, principalmente norteamericanos; no fue la excepción para la minería hidalguense. El poder económico de la Compañía determinó, influyó y supeditó a la economía, infraestructura ferroviaria y crecimiento de los centros de población en Hidalgo (Herrera y Ortiz, 1994). Lo económico se debió a la enorme extensión territorial de las dos principales áreas de trabajo: la ciudad de Pachuca y Real del Monte (ver

Corema 1 La estructura del espacio hidalguense, 1910). Las vetas que corrían en ambos se dividen en dos sistemas: a) dirección norte-sur, se inicia en la población de Real del Monte y de allí se extiende 4.5 km, y b) de oriente a poniente, tanto en Pachuca como en Real del Monte. Hasta principios del siglo XX, las vetas exploradas más importantes del primer sistema eran Cabrera, Escobar, Manzano Santa Brígida y Santa Inés. Las del segundo: Corteza, Encino, Los Chavos, El Lobo, Maravillas, San Juan Analco o Jacal, Santa Gertrudis, Tajo, Taponá y Vizcaína (en Pachuca); y Acosta, Gran Campaña, Morán,

Ompaques, Patrocinio, Tapona, Valenciana, Vargas y Vizcaína (Real del Monte) (Ruíz, 1995: 20).

Corema 1 La estructura del espacio hidalguense, 1910



Fuente: Elaboración propia.

Además, se tenían muchas minas en control directo o disposición por medio de contratos de avío⁷¹ establecidos con los pequeños mineros (Ortega, 2002: 46). Con ello, la empresa llegó a consolidarse en un consorcio minero que incluía a más de cien minas, once haciendas de beneficio y catorce ranchos y haciendas agrícolas, que proporcionaban madera, leña,

⁷¹ El avío es un contrato bilateral, principal, nominado y oneroso. Es también aleatorio, en cuanto el aviador carece de derecho de prenda general contra el minero y queda afecto a una inconsistencia incierta de ganancia o pérdida, consistente en que la pertenencia rinda productos suficientes para pagarle su crédito y premios pactados (avío simple) o en el valor de la cuota de la pertenencia que el minero se obliga a transferir (avío por especie de sociedad o compañía). Mayor detalle ver código de minería de la República Mexicana.

forrajes y alimentos para la población (Herrera, 1994). Los administradores de la Compañía, considerando los intereses y necesidades a mediano plazo, buscaron garantizar, a través de la compra o el arrendamiento, que el uso de las tierras y su producción se vendiera exclusivamente al consorcio, avalando, desde la época colonial, pasando por la administración inglesa, mexicana e incluso la norteamericana, suministró regular de materia prima necesaria para la producción minería (Ortiz, 1999: 110). La dependencia en la extracción de recursos no renovables y finitos fue característica de la minería mexicana, la localización estuvo sujeta a la presencia de yacimientos minerales, cuya ubicación, tipo y riqueza, estribaron de los rasgos geológico-tectónicos que definieron cada provincia metalogénica, determinando a su vez los ritmos de explotación y los métodos de extracción (Saavedra y Sánchez, 2008: 83). La ubicación particular de cada zona minera imprimió, a su vez, características específicas a la forma en que se cubrieron las demandas tanto de productos agrícolas, ganaderos y de fuerza de trabajo. Cada región en México tuvo una respuesta particular para las necesidades concomitantes a la producción de plata (Ortiz, 1999: 106).

Al interior de Hidalgo, en el Valle de Tulancingo, las llanuras de Tizayuca, el Valle del Mezquital y las poblaciones inmediatas a las barrancas del río Metztitlán proporcionaban granos, hortalizas, forrajes y otros productos agrícolas necesarios para los operarios de las minas y del ganado. De Ápan y Epazoyucan se suministraba pulque a partir de la construcción de las líneas de ferrocarriles que cruzaban la región; además, Ápan producía cebada y maguey. En Actopan, Atotonilco el Grande y Pachuca se elaboraban frazadas, petates y sombreros de palma. El Valle del Mezquital proveía ganado vacuno, lanar, caballo y mular (Ruiz, 1995: 24). El abastecimiento de madera, leña y carbón vegetal

procedía de los bosques aledaños a Real del Monte, Omitán y Huasca, lo cual contribuyó a su paulatina deforestación. La Sierra y la Huasteca abastecían algodón, café, caña de azúcar, piña, tabaco y ganado; posteriormente, Acapulco, La Encarnación y La Trinidad apoyaban con ferreterías al consorcio minero. La ciudad de Pachuca tenía acceso a otros importantes centros que permitían el aprovisionamiento de las minas a pesar de las limitantes que ofrecían el mercado interior, aún débil e inconexo (Ruiz, 1995: 215) (ver

Corema 1 La estructura del espacio hidalguense, 1910).

La mano de obra derivaba de la Huasteca hidalguense, el Valle del Mezquital, el centro de la entidad y la Sierra hidalguense, caracterizada en su mayoría por componente indígena. En el siglo XVI, cuando las minas fueron descubiertas, en las zonas aledañas se encontraban importantes núcleos de población indígena, otomíes y nahuas. Los primeros ocupan el Valle del Mezquital, Tula, parte de Tulancingo, Jacala y Tenango; los nahuas, por su parte, habitan en la Huasteca, Tulancingo y Tenango (Lau y Sepúlveda, 1994: 196) (ver Corema 1). Este componente distinguió al distrito minero hidalguense de los otros dos centros importantes de plata en la época colonial, Zacatecas y Guanajuato (Ortiz, 1999: 108). Destacan además los talleres de la maestranza de Real del Monte, los cuales fueron reorganizados en 1885, que permitieron reparar equipos, además de copiar y fabricar algunas máquinas de vapor (Ortega, 2002: 46).

Del interior del país, el Estado de México proveía bestias de carga y pólvora; cobre y sulfato de cobre de Matehuala y Pátzcuaro; azufre, cáñamo y costales mineros de San Luis Potosí; sebo de Zacatecas; sal de San Luis Potosí, Tampico, Tuxpan, Campeche y Yucatán. Contratiempos para abastecerse de estos productos en función de su existencia, precio y distribución no faltaron, aunque en general no repercutían seriamente en las operaciones de la Compañía. Del extranjero destacan los pedidos hechos a Alemania, Bélgica, Londres y Estados Unidos, principalmente de sustancias químicas (azogue, azufre, carbón, dinamita, hiposulfito de soda, sulfato de cobre); equipo especializado para actividades metalúrgicas y de ingeniería (alambiques de platino, matraces, crisoles de hierro forjado, figuras trigonométricas, instrumentos científicos, teodolitos); material para construcción (asbestos, cal hidráulica); herramientas, refacciones y maquinaria (palas, hachas, ejes, perforadoras, poleas, almadanetas, máquinas de vapor, carros, vagones, ventiladores para minas, baterías, bombas eléctricas, éstas últimas a finales del siglo XIX); piezas de fierro (tubería, cañería, fierro acanalado, en barras y en plancha) y acero (barras y rieles); armas (principalmente carabinas); y papelerías (Ruiz, 1995: 288).

En el trazo de vías férreas en el país existieron dos orientaciones: por un lado la necesidad de comunicar al país con fines de control político-militar y por otro, la urgencia de sacar los minerales y productos agrícolas hacia el exterior, este último, interés primordial de las inversiones extranjeras. En México las desigualdades regionales heredadas se agudizaron con la instauración del capitalismo a finales del siglo XIX y la construcción de las vías férreas, si bien articuló un mercado nacional, no logró integrar totalmente a amplias zonas de Oaxaca, Guerrero y Chiapas. En su avance hacia la periferia del territorio, para llegar a los puntos de enlace en los sistemas internacionales de transporte, las vías de comunicaban

entre tendidas en las localidades intermedias favorecían la extensión de los mercados hasta dimensiones regionales o nacionales (Lerman, 1989: 91). De los 44 ferrocarriles existentes, 21 se dedicaban principalmente al arrastre de minerales, tres más eran extensiones de negocios mineros. Sobre un total de 22 mil 822 kilómetros de vías, 3 mil 749 se pueden considerar ferrocarriles mineros, sin estimar los servicios regulares que prestaban las grandes líneas de las minas y fundiciones. Las vías férreas se tendieron con el propósito de unir muchas zonas del país a centros regionales, principalmente de bienes exportables, como fueron puertos y fronteras que desembocaban hacia el mercado exterior; como resultado de este propósito, las ventajas aportadas por la comunicación ferroviaria favorecieron un crecimiento económico volcado al exterior (Kuntz, 1995: 39).

La primera línea ferroviaria conectó la ciudad de México con Veracruz, ramal Apizaco-Puebla, en ella se construyeron 10 viaductos, 148 puentes y 358 alcantarillas. Con el paso de los años se cimentaron tramos internos, Mérida-Progreso, D.F.-Cuautitlán y el tramo de Veracruz-Xalapa. Además la edificación del ferrocarril México-Toluca, con ramal Cuautitlán, la construcción de la línea Celaya-León pasando por Salamanca, Irapuato y Silao; el ferrocarril de Morelos (México-Cuautla) que llegó hasta el Río Amacuzac, uniendo Zacatecas, Aguascalientes y Lagos de Moreno. La construcción del Ferrocarril Central Mexicano conectó a la Ciudad de México con el Paso del Norte (hoy Ciudad Juárez, Chihuahua), atravesando Querétaro, Celaya, Salamanca, Irapuato, Silao, León, Aguascalientes, Zacatecas y Chihuahua, con dos ramales: Silao-Guanajuato y el otro a Guadalajara. En paralelo, se edificó la línea que cruzó México-Manzanillo, cruzando Toluca, Maravatió, Acámbaro, Morelia, Zamora y La Piedad; la segunda unió la capital de la República con Nuevo Laredo-Tamaulipas. En resumen, el gigantesco avance de líneas en el país quedó demostrado por sus cifras: en 1876 había 617 Km y en 1910 había llegado a

20 mil kilómetros (Lau y Sepúlveda, 1994: 198). Éstas fueron las grandes rutas comerciales y columna vertebral del Sistema Ferroviario Mexicano que posibilitaron la dinámica económica del D.F. en el sistema porfirista.

En Hidalgo, la infraestructura ferroviaria que alimentó el enclave minero fue relativamente limitada, ya que hasta 1897 sólo alcanzó 371 kilómetros (Manzano, 1897: 24), cumpliendo con el objetivo de facilitar la distribución de la producción de plata, principalmente la realizada por la Compañía Real del Monte-Pachuca hacia el mercado extranjero.

Únicamente se formaron entronques en los municipios de Pachuca, Tula, Tulancingo, Huichapan y Apan, por donde corría el Ferrocarril Central Mexicano, Ferrocarril Mexicano, Ferrocarril Nacional Mexicano, Ferrocarril Interoceánico, Ferrocarril de Hidalgo y del Nordeste (ver

Corema 1 La estructura del espacio hidalguense, 1910). Sobre esta infraestructura se procuró la conectividad estratégica hacia la ciudad política y económica del Porfiriato: el Distrito Federal (Herrera, 1984: 28).

Por su parte, la dinámica poblacional se activó en conexión directa con la lógica del sistema económico y la infraestructura ferroviaria. El país aumentó en términos efectivos a una tasa anual de 1.29 por ciento (**Cuadro 4**), en 1910 estaba escasamente poblado: de 15.2 millones de habitantes, el 12 por ciento vivía en ciudades (asentamientos de más de 15 mil

personas) y el restante en zonas rurales. En este contexto, el Distrito Federal sobresalió, pues registró tasas de crecimiento cercanas a 3 por ciento, superior a la nacional. En contraste, el Estado de México e Hidalgo decrecieron su comportamiento demográfico (**Cuadro 4**). En promedio, el D.F. contribuyó con 4.37 y 27.70 por ciento a la población total y urbana del país, respectivamente, mientras que Hidalgo y el Estado de México mantuvieron una participación mínima y constante. La primera aportó 4.36 y 2.40 por ciento, y la segunda ayudó con 6.70 y 2.39 por ciento, proporcionalmente (

Cuadro 5).

Cuadro 4

País, D.F., Hidalgo y Estado de México. Tasa de crecimiento, 1895-1930.

Etapa	México	DF	Hidalgo	EdoMex
1896-1910	1.29	2.75	1.13	1.34
1910-1930	0.55	2.78	0.30	0.12

Fuente: INEGI. Censos Generales de Población y Vivienda (varios años).

Cuadro 5

DF, Hidalgo y Estado de México

Participación porcentual al total país, 1900-1930.

Etapa	Participación de la población estatal en la población nacional				
	México	DF	Hgo	EdoMex	Resto del país
1900-1910	100.00	4.37	4.36	6.70	84.58
1921-1930	100.00	6.87	4.22	6.08	82.83
Etapa	Participación de la población urbana estatal en la población urbana nacional				
	México	DF	Hgo	EdoMex	Resto del país
1900-1910	100.00	27.70	2.40	2.39	67.51
1921-1930	100.00	35.25	1.72	1.53	61.49
Etapa	Participación de la población urbana estatal en la población total estatal				
	DF	Hgo	EdoMex		
1900-1910	70.74	6.11	4.06		
1921-1930	82.06	6.45	4.02		

Fuente: INEGI. Censos Generales de Población y Vivienda (varios años).

Al interior de Hidalgo, en promedio 6.11 por ciento de la población vivía en un sólo núcleo urbano, Pachuca, la ciudad política de la entidad (ver

Corema 1 La estructura del espacio hidalguense, 1910). En 1910, este porcentaje representó en valores reales a 39 mil 9 hidalguenses, sobresalió el ascendente comportamiento de Tulancingo, situado sólo por detrás de Pachuca (**Cuadro 6**). El comportamiento urbano de la capital hidalguense se debió, entre otras causas, a que quedó conectada interna y externamente por caminos y medios de transporte que facilitaron la distribución de la plata hacia el exterior, esto ocasionó nuevas obras de infraestructura urbana, en algunas de las cuales participó el capital empresarial minero, como acueductos, puentes, alumbrado público y canales para el abastecimiento de agua. Durante el Porfiriato, la población de la ciudad de Pachuca y su equipamiento crecieron notablemente, en parte, como efecto del incremento registrado en la producción minera. En ella se mantuvo cierta continuidad en la concentración de los flujos más importantes de todo tipo, ya fuese hacia

dentro o hacia fuera, lo cual fue un elemento fundamental para la organización del espacio regional. Asimismo, la posición de Pachuca en relación con la ciudad de México la favoreció en términos de su crecimiento como centro minero regional, pero su dependencia política y económica ejercida por el centro dominante del territorio nacional frenó su desarrollo e incluso la convirtió en un centro minero decadente al finalizar el siglo (Saavedra y Sánchez, 2008: 98). Así, la Compañía Real del Monte-Pachuca condicionó la dinámica de la economía regional y estatal, aunque la repercusión de sus actividades en ambos contextos disminuyó conforme finalizaba el siglo XX.

Cuadro 6

Población urbana	1990	%	1910	%	1921	%	1930	%
	37,487	100	39,009	100	40,802	100	43,023	100
Pachuca	37,487	100	39,009	100	40,802		43,023	100
Tulancingo	9,037		8,804		10,083		9,496	

Hidalgo. Porcentaje de población en las localidades urbanas, 1900-1930

Fuente: INEGI. Censos Generales de Población y Vivienda (varios años). Se considera población urbana a la que reside en localidades de 15 mil y más habitantes (INEGI, 2005).

Después de vivir un periodo de auténtica reestructuración y modernización productiva el Distrito Minero Real del Monte-Pachuca, siguieron décadas de inestabilidad y estancamiento, concebida, dirigida y orientada por los intereses imperialistas de consorcios extranjeros, principalmente británico. La nueva minería de enclave que trajo el siglo, tuvo un claro signo colonizador. La frontera del territorio minero, hasta entonces circunscrita a los límites del área mesoamericana, comenzó a expandirse hacia los estados del norte fronterizo, una vez controlado el peligro apache y consumado un proceso de expropiación

de bosques y tierras comunales, las grandes empresas extranjeras se apropiaron de enormes yacimientos minerales (Sariego, 1994: 330).

La importancia de la industria minera se desplazaría del centro al norte del país, implicando la migración de una gran población hacia esas regiones, debido a que los obreros eran atraídos por los altos salarios. En consecuencia, la plata fue perdiendo importancia como elemento primordial del sistema monetario interno, para ser utilizada como materia prima en procesos industriales. En los viejos reales de minas, donde la densidad de población era mayor y en nivel de tecnificación menor, los salarios eran más bajos, en Hidalgo iban de 0.46 a 2.67 pesos en 1903 y en 1907 de 0.80 a 4.08 pesos. Estos nuevos destinos derivaron en una concepción empresarial y adquirieron una fisonomía urbana muy distinta de aquellas que habían predominado en los reales de minas. La particularidad de los llamados minerales recayó en dos factores: su aislamiento y su estrecha dependencia del poder empresarial extranjero. Constituyeron un tipo muy particular de comunidad, caracterizado por la mono ocupación y la continuidad entre el ámbito fabril de la producción y el espacio urbano de la reproducción, permeados ambos por el poder empresarial (Lau y Sepúlveda, 1994: 241). Este desplazamiento y las crisis económicas recurrentes del país influyeron, entre otras causas, en exponer las debilidades y fisuras de la Compañía. En la década de 1910 y 1920, el movimiento social de reivindicación contenido en los programas de la Revolución Mexicana, y más tarde la depresión económica de 1929-1932, arrastrarían tras de sí a la minería tradicional mexicana, productora de metales preciosos, con el viejo artilugio de compite reduciendo el salario (Uribe y Núñez, 2011: 474).

Retomando a Myrdal (1979), el enclave minero hasta el Porfiriato fungió como ventaja inicial que desencadenó el proceso de crecimiento económico polarizado en Hidalgo,

máxime por la localización física de la riqueza de los recursos naturales y posición económica-geográfica privilegiada. Pese a las constantes inversiones del gobierno federal, debido a su lógica imperialista de explotación de la plata, la dependencia económica-política al D.F., y el perfil dominante para su funcionamiento, el enclave no propició las condiciones necesarias para incentivar una actividad moderna -ventaja comparativa como el campo de los químicos- que permitiera sostener una dinámica virtuosa que influyera además al crecimiento urbano estatal, pero en especial que alimentara el círculo de desarrollo acentuado y la dinámica del centro poblado receptor, aunque sí marcó el inicio del círculo paralelo de retraso, esencialmente por la localización física del ferrocarril, principal eje de conectividad productiva durante este periodo, el cual empezaría de forma indirecta a posibilitar económicamente a algunos municipios hidalgense.

Así, el multiplicador inicial (la atracción de nuevos recursos) no permeó en la diversificación industrial, pues el enclave minero y su área de influencia se caracterizaron en su mayoría por la producción de bienes de consumo básico, ya que los intermedios y de capital procedían del exterior de la entidad y del propio país. La mayor virtud fue incentivar empleo básico en la región y el desarrollo indirecto de ciertas actividades comerciales. El resultado, hasta este momento, era un proceso de desarrollo regional incipiente anclado a una dinámica productiva dependiente, en donde Real del Monte-Pachuca figuraban por su gran actividad productiva, infraestructura y vinculación con el exterior, y en menor medida por su periferia cercana. El otro escenario económico que se vivía, era continuación del patrón de asentamientos implementado por los españoles en la mayoría del territorio hidalgense, en donde existía población indígena y campesina que laboraba sus tierras, en ocasiones agrestes como la sierra y el mezquital, con métodos tradicionales y economía de

subsistencia (Vargas, 1995b: 215). Esta zona económica se caracteriza por albergar dos de las tres regiones naturales del territorio estatal, barreras espaciales, que pueden explicar, entre otras situaciones, el retraso económico de la misma: a) la serranía, en el macizo montañoso que cruza la entidad, y b) la Huasteca, localizada al norte de la entidad, que colinda con San Luis Potosí y Veracruz (ver

Corema 1 La estructura del espacio hidalguense, 1910). Durante esta etapa del desarrollo, entre ambas áreas, no existieron los mínimos nexos económico-productivos. Es decir, esta dinámica agrícola-minera se transformó y amplió, en mayor o menor medida, durante la administración británica, mexicana e inclusive norteamericana, definiendo dos áreas económicas inconexas al interior de Hidalgo.

Para entender mejor este proceso regional hidalguense hay dos situaciones a resaltar: en primer lugar este tipo de articulación (centros urbanos mineros, haciendas agroganaderas y comunidades indígenas) es definido como hinterland de economías satélites, estrechamente vinculadas, integradas y funcionales a la lógica de los centros mineros (Sariego, 1994: 328); en muchas zonas de México, este esquema de articulación fue el origen de regiones, como el caso del Bajío, Guanajuato-San Luis Potosí, la Sierra Gorda de Querétaro, Zacatecas-Fresnillo y su entorno agro ganadero, Pachuca-Real del Monte y las comunidades indígenas de la Huasteca y el Valle del Mezquital, el área de Hidalgo del Parral, por mencionar algunas (Brading, 1975; Bakewell, 1976). En segundo lugar, la

dinámica política que hizo funcional esta estructura socioeconómica en la entidad hidalguense, se contextualiza en una época en la que el poder se centralizó excesivamente en un grupo pequeño de personas, a las cuales correspondió el crecimiento y concentración de la tierra, originando el incremento en las demandas del campo respecto a las restricciones de la tierra, la legalización de títulos primordiales y la exigencia de condiciones laborales para los jornaleros (Vargas, 2011: 57).

2. La Revolución Mexicana

Las crisis económicas internacionales (1882 y 1891) seguían afectando la economía nacional, como la de 1907, que tuvo elementos que provocaron efectos más intensos en ciertos sectores y que generaron mayor zozobra entre la opinión pública; ésta se inició en el sector financiero de EUA y se propagó rápidamente a la industria, al reducirse el crédito e incrementarse la tasa de interés. En el segundo semestre del año, la crisis se propagó a Europa y a otros países, entre ellos México, que resistieron la caída en la demanda de sus productos de exportación. Sus secuelas fueron uno de los antecedentes directos del estallido revolucionario que tendría lugar tres años después.

La Revolución Mexicana fue un acto de rebelión contra la centralidad del poder que llevaba a cabo el Estado Porfirista, contra la usurpación de los privilegios municipales y contra las políticas bancarias conservadoras de 1907 y 1908, destinadas a asegurar la moneda y el crédito externo del país. Dicho de manera más clara, contra la intensificación de las relaciones capitalistas, con su apropiación de la tierra y mano de obra campesinas y contra la concentración corporativa de la riqueza que estas relaciones implicaban; se rebelaron también contra los lazos más estrechos de la economía mundial, producto de la

modernización económica, que implicaba una mayor vulnerabilidad frente a los ciclos comerciales mundiales (Topik, 1990: 96). El movimiento armado se contextualizó a la par de cambios fundamentales en el mundo que transformaron por completo los entornos económicos, políticos y sociales. Durante los primeros años de la Primera Guerra Mundial (1914-1918) se dieron aumentos esenciales en la demanda y en el precio de los principales productos mexicanos de exportación, como la plata, el henequén y el petróleo. Con la entrada de EUA a la guerra (1917), se redujo sustancialmente la cantidad de granos y otros bienes básicos que México podía importar, contribuyendo al hambre y a la carestía que se vivió en ese año. A este conflicto bélico se sumó la Revolución Rusa y una creciente fuerza del movimiento obrero en gran parte de Europa y América (Gómez, 2003: 793).

Comparado con el Porfiriato, durante los dos decenios posteriores al inicio de la Revolución Mexicana, existieron pocos cambios en la política económica, industrial y fiscal. En la primera, el desarrollo del Banco de México (BM), determinado en gran medida por fuerzas exteriores a él y, a menudo, exteriores a México, fuerzas sobre las que tenía poco o ningún control. La política fiscal siguió siendo conservadora, mientras que la política monetaria continuó con el patrón oro hasta 1932, y lo abandonó sólo entonces porque fue forzada por el bajo nivel de reservas internacionales (Topik, 1990: 121). En la mayoría de las áreas económicas más importantes, los gobiernos revolucionarios siguieron adelante con políticas liberales implementadas por el sistema porfirista, realizaron esfuerzos por crear monopolios dirigidos por el Estado Mexicano para proteger el azúcar y el henequén, los cuales no fueron muy diferentes del fracasado plan porfirista de la plata (Bett, 1957: 117). Bajo el Porfiriato, las industrias más grandes de México provenían de capital extranjero, formaron parte de los consejos directivos de las principales compañías

productoras de textiles de algodón y lana, fábricas de papel, cervecerías, productoras de cemento, explosivos, cigarros, así como de la única fábrica acerera hasta entonces; fungían como la médula económica del Estado Porfiriato, estaban suscritas a los bonos de la tesorería de gobierno, eran miembros de las instituciones financieras más grandes del país y representaban al gobierno en mercados financieros internacionales cuando se pedía préstamos al extranjero.⁷² Es decir, ellos por mucho tiempo eran en esencia el Estado Mexicano, fueron capaces de resistir el conflicto revolucionario, en contra de lo que afirmaban los mitos predominantes sobre la reestructuración de la burguesía mexicana, y gran parte de los empresarios extranjeros salieron sin ningún rasguño de la revuelta. De hecho, las fuerzas revolucionarias no mostraron mucha iniciativa para la destrucción de las fábricas que ocupaban. En vez de ser consideradas un blanco para la demolición, las plantas manufactureras eran discurridas como puntos estratégicos que podrían ser empleados para generar ingresos útiles a los ejércitos que las controlaban (Haber, 1993: 674).

El movimiento armado impidió coyunturalmente el desarrollo del mercado interno mexicano, aunque este restringimiento haya sido una de las causas más importantes del surgimiento revolucionario. La economía mexicana fue predominantemente capitalista, aunque no estable, sus regiones se desarrollaban en forma desigual: la más desarrollada eran la noroeste, noreste, D.F. y el golfo, mientras que la menos desarrollada el lejano sur. Las circunstancias del ramo productivo eran muy diferentes en cada región y año con año. En general, eran más violentas en las regiones centrales de norte y del sur, en particular las áreas de los ferrocarriles, minería, ganadería, algodón y azúcar, no eran tan violentas en las

⁷² En la mayoría de los casos, con el debilitamiento de la demanda interna a partir del 1906-1907, el aumento de los costos de producción, implicó que se cerraran las fábricas menos eficientes agudizando el proceso de concentración monopólica (Lerman, 1989: 93).

de la costa oeste ni en las del lejano sur, eran todavía menos violentas en las del golfo y Yucatán y las menos violentas eran las de la ciudad de México. La violencia llegó a la cúspide en 1915 casi en todas partes (Leman, 1989: 12). El hecho es que la inestabilidad política del país desarticuló lo medianamente articulado, verificándose como el ejemplo más claro una sensible disminución entre 1910-1918 de la producción agrícola e industrial; colateralmente se restringieron el ingreso y la demanda. El movimiento armado replegó históricamente las fuerzas productivas hacia formas de producción, intercambio, distribución y consumo de corte pre capitalista (Cerde, 1988). Los polos productivos de exportación en manos extranjeras, básicamente petroleros pero también mineros, no registraban tendencias a la baja. Las exportaciones mantenían un ritmo creciente, debido a que continuaron produciendo para el mercado internacional, cuyas ventas quedaron aseguradas a causa del conflicto bélico mundial de 1914-1917. Los productos minero-petroleros representaban el 62.5 por ciento de exportaciones, mientras que para 1921 representaban el 90 del conjunto nacional (López, 1971: 200). La consecuencia directa de esta orientación fue la inter-conexión comercio exterior-industrialización interna (Cerde, 1988). En lo tocante a las importaciones, se verificó un incremento en el rubro de consumo de materias vegetales, animales y minerales. Empero, se dio un descenso considerable del monto de las importaciones con una brusca recuperación a partir de 1918.

A partir de 1917, con la toma del poder por el Ejército Constitucionalista, comenzó a desarrollarse una reactivación de la tendencia económica y política orientada a centralizar el poder, idea que en la práctica prosiguió tiempo después. A partir de la década de 1930, el Estado Mexicano empezó a implementar políticas keynesianas, las cuales no se debieron a que una nueva clase social hubiese llegado al poder con la Revolución o porque el Estado

Mexicano fuese ya lo suficientemente fuerte en el plano político para imponer su voluntad (la Revolución y el Estado fuerte, fueron anteriores al surgimiento de una nueva política estatal), más bien, la coyuntura internacional obligó a seguir nuevos rumbos económicos que fueron adoptados con muchas vacilaciones (Topik, 1990: 122). Con las reformas cardenistas (1930-1940), la reforma agraria y el proceso de creación de un sector de la economía mediante la nacionalización del petróleo, el impulso al transporte e industrias varias, la creación de bancos de financiamiento (Nacional Financiera), la organización de centrales obreras y campesinas; la participación del Estado Mexicano en la economía mediante un plan sexenal y una serie de medidas de fomento industrial, se cimentó la base del desarrollo industrial que vería frutos en un corto plazo (Lustig, 1994).

En términos económicos, el PIB creció 0.44 por ciento anual en el periodo 1913-1930 (Cuadro 1). En 1930, la minería (incluyendo el petróleo), y la agricultura de subsistencia eran los dos grandes pilares de la economía. Antes que derrumbar, el movimiento armado reforzó la estructura industrial del Porfiriato (Haber, 1989: 124), donde estaban la fabricación de cemento, textiles, azúcar, cerveza y el procesamiento de alimentos (Wionczek, 1986: 551). En 1940 otros sectores claves de la economía, como la minería y la agricultura, crecían a un ritmo mucho más lento que en el Porfiriato (Vernon, 1965: 83). En este escenario, la economía del Distrito Federal seguía siendo el principal eje industrial del país, el comportamiento se debió directamente al impulso que recibió durante el Porfiriato la industria química y sus primeras aplicaciones en diversas actividades productivas, la industria siderúrgica y el desarrollo, en conjunto, de la ciencia aplicada, pues su asentamiento físico de casi todas ellas fue casi exclusivo en el DF y algunas entidades del

norte del país (Castillo, 2002: 62). Para este año, 46.70 por ciento de los ocupados del D.F. se situaban en el sector terciario, 39.82 secundario y 13.48 en el primario (

Cuadro 2 País, D.F., Hidalgo y Estado de México.). Esta conducta se reflejó a nivel nacional, pues contribuyó con 25, 10 y 1 por ciento, proporcionalmente (**Cuadro 3** D.F., Hidalgo y Estado de México).

Comentando a Myrdal (1979) y Friedmann (1973), durante la Revolución la atracción de estos recursos en la economía del D.F. reforzó su posición económica y alimentó el círculo de desarrollo en el país, propiciando un modelo de organización y distribución económica sobre el espacio geográfico mexicano de centro-periferia, donde el centro empezó a dominar la actividad económica y la periferia (el resto del país) parecería ser dependiente de este centro. Es decir, parafraseando a Kaldor (1970), la dinámica económica del D.F. se vio favorecida por sus mayores rendimientos, los cuales de alguna forma impidieron el desarrollo de las entidades más cercanas a ésta. Dicho proceso (multiplicador inicial), antes de la industrialización sustitutiva, mostraba indicios de hacerse extensivo a múltiples sectores productivos de la economía del Centro.

En contraste, en Hidalgo y el Estado de México cerca del 80 por ciento de la población económicamente activa se ocupaba en actividades primarias (

Cuadro 2 País, D.F., Hidalgo y Estado de México.). El campo hidalguense principalmente se limitó a dos productos: maíz y frijol, ambos fueron los pilares de la modesta economía (Sistema de Bancos del Comercio, 1976: 18). Esta actividad se caracterizó por su falta de diversificación, no obstante, a partir de los gobiernos postrevolucionarios se emprendió la ampliación de la industria hidráulica del sistema de riego del Valle del Mezquital que

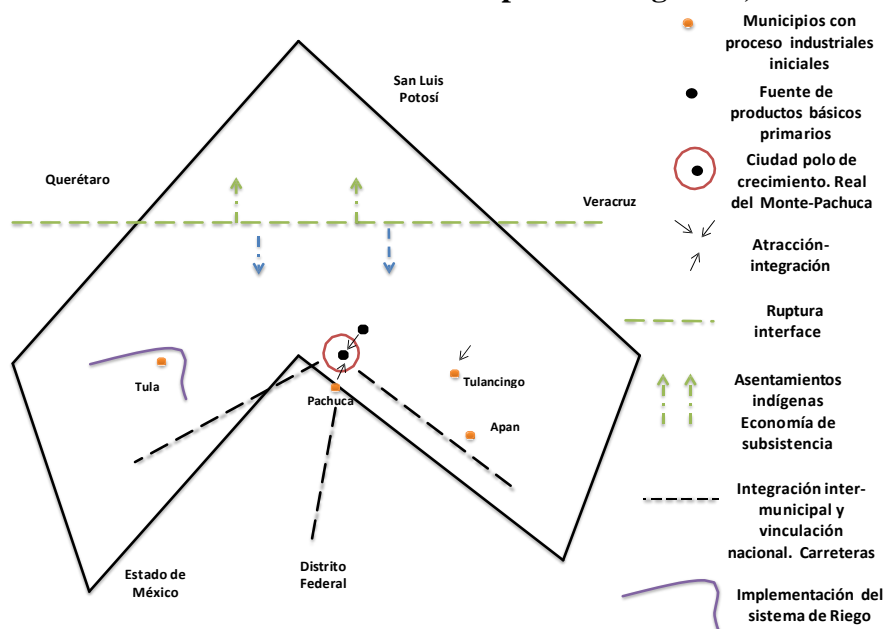
marcaría significativamente a la agricultura comercial en la entidad. A nivel país, Hidalgo participó con 5 por ciento en la población económicamente activa primaria, con 3 por ciento en la secundaria y terciaria, respectivamente (**Cuadro 3** D.F., Hidalgo y Estado de México).

El establecimiento de industrias manufactureras en la entidad empezó a registrarse de manera muy localizada, incidiendo en la concentración de la población y el fortalecimiento de pequeños centros urbanos (Vargas, 1995a: 216). Aportó 1.70 por ciento en la producción industrial del país, específicamente 56.30 por ciento procedía de bienes de consumo, seguido por intermedios, 37.80, y con 5.90 de capital. A pesar de que sólo registró 163 unidades económicas, la industria textil fue la principal actividad, agrupó 37.26 por ciento de Valor Agregado (VA) industrial; la segunda en importancia, mineral no metálico, con 36.80; en tercera posición, alimentos bebidas y tabaco con 15.40. Antes de la sustitución de importaciones, la industria textil era intensiva en mano de obra y la mejor remunerada, en promedio 15 personas por unidad económica y 684 mil pesos promedio por ocupado. Con la mitad de personal, la industria mineral no metálica era la segunda con mejores remuneraciones, en ella comenzaba el uso de tecnología moderna. En tercer orden, alimentos bebidas y tabaco registró los más bajos ingresos y personal promedio, así como el porcentaje más alto de unidades económicas.

La industria textil se desarrolló en Tulancingo, aunque existe evidencia de esfuerzos importantes en Tepeji (ver **Corema 2**). La instauración del ferrocarril y telégrafo bajo el Porfiriato incentivó la construcción de grandes casas comerciales y de pequeñas industrias dedicadas al ramo textil, con lo cual Tulancingo empezó a transformarse e influir a corto y largo plazo en la dinámica regional. Destaca que antes del estallido revolucionario existía

cierta actividad agropecuaria basada en ranchos y granjas, por ejemplo la Cuenca Lechera, que generaba producción agrícola importante, cría de vacuno y ovino de primera calidad, principalmente por las 16 haciendas existentes que rodeaban a Tulancingo y su área de influencia (Cuauhtepac, Acaxochitlán y Santiago Tulantepec). En 1900 empezó a figurar como un emporio comercial, agrícola y textil (Arreola, 1997: 20).

Corema 2 . La estructura del espacio hidalguense, 1930.



Fuente: Elaboración propia.

El papel destacado de la producción mineral no metálico, se debe a la industria del cemento en Tula (ver **Corema 2**). El origen se documenta en el Porfiriato, en donde inversionistas británicos atraídos por los históricos yacimientos de calizas de Tula, instalaron en las haciendas de Jasso y Denyi una fábrica de cemento en 1881. Unos años bastaron para que la Compañía Mexicana de Cemento Portland (al ser adquirida por capital nacional) se convirtiera en una empresa de gran éxito, gracias a la abundancia de recursos, incluida la mano de obra barata y su proximidad con el Ferrocarril Central Mexicano para hacer llegar la producción al D.F., su principal mercado, y a la fuerte demanda del producto en un

periodo de gran empuje a las obras públicas (Ruiz, 2000: 126). Para 1930, las cementeras privadas en Tula, Hidalgo, Cruz Azul y Tolteca, contribuían con cerca del 47 por ciento en la producción nacional, básicamente abasteciendo mercados externos.

La industria de bebidas y tabaco se localizó en la ciudad de Pachuca, principalmente bajo el componente familiar (ver **Corema 2**). Asimismo se realizaron algunas acciones industriales, como la instalación de calzado con capital foráneo y demás actividades comerciales. Existieron otros esfuerzos destacados en el resto de la entidad: en Huejutla predominó la ganadería y desde este periodo registró una fuerte relación comercial con Veracruz y Tampico; Apan permaneció como centro productor y distribuidor de pulque (Vargas, 1995b: 216-217).

En cuanto a la minería mexicana, la producción de la plata en 1920 se triplicó con respecto a 1905 y desde entonces se incrementó seis veces más al concluir esa década. En el marco de las consecuencias de la Primera Guerra Mundial, el precio de la plata repuntó en el mercado internacional, lo que se prolongó hasta 1926. Al término del conflicto bélico ocurrió un severo desplome en el precio de la plata, por lo que las empresas pasaron por un momento sumamente difícil. Con la Constitución de 1917 (artículo 27) se retomó el criterio tradicional de la legislación minera mexicana, estableciendo el principio de que a la nación le corresponde el dominio directo de todos los minerales y sustancias que constituyen depósitos, cuya naturaleza sea distintiva de los componentes del terreno. Establece que dicho dominio es inalienable e imprescriptible y que sólo se otorgan concesiones a los particulares cuando cumplan con los requisitos que establecen las leyes respectivas. En este contexto, la Compañía Real del Monte-Pachuca se encontraba en manos de capital norteamericano (1906-1947), el cual además controlaba 16 grandes empresas mineras en

Estados Unidos y México. En Pachuca instaló la planta de Loreto, una de las más grandes del mundo en ese entonces. En el momento de su adquisición, funcionaban siete minas principales en Real del Monte y cinco en Pachuca. En este periodo y hasta antes de las afectaciones agrarias de la década de 1930, la Compañía disponía de una significativa extensión territorial propia, principalmente representada por la hacienda de Cuyamaloya entre Pachuca y Tulancingo, que servía para proporcionar leña, forrajes y otros artículos agrícolas. Como áreas de suministros agrícolas se puede identificar a las llanuras de Atotonilco el Grande, Tulancingo y San Javier. Para el suministro de productos forestales se tenían las partes altas de El Chico, Real del Monte y la serranía que se extiende hacia Tulancingo. Se asume que la Compañía terminó su fase de establecimiento en 1912, cuando se regularizó el abasto de energía eléctrica desde la planta de Necaxa y una vez establecida la cianuración por decantación, pasó al sistema continuo con uso del tanque de Pachuca. Durante este periodo, la actividad minera se equipó con los elementos tecnológicos más adelantados de la época, contribuyendo a un proceso de especialización y división del trabajo. Pese a esto, el alcance económico y territorial difiere a la articulación que se desarrolló primero con los españoles, después con capital británico y posteriormente mexicano (Ortega, 2010: 38).

En el periodo revolucionario, la Compañía disfrutó de ciertas condiciones favorables, en comparación con las que prevalecieron en los centros mineros del norte de la República, las cuales cambiaron abruptamente a inicios de la década de 1940, ya que en 1908 generó 210 dividendos en dólares por acción, en 1915 cerca de 200, diez años después 400, en 1935 dos mil 490 dividendos, para 1940 generó una entrega comercial y sobrevivió en 1947 gracias a que fue adquirida por el gobierno federal (Ortega, 2010: 63). La causa directa de

su crisis y su consecuente nacionalización, fue que en 1945 aumentó el precio de la onza de plata a 70.75 centavos de dólar, en respuesta el gobierno suspendió subsidios a las empresas productoras de plata. Además, los trabajadores solicitaron un incremento proporcional y comenzaron una huelga que duró cuarenta días. En 1946, el precio de la onza de plata llegó a 90.125 centavos de dólar, y aunque el gobierno federal propuso un manejo más prudente del excedente, la situación en general no mejoró.

Los puntos a destacar en la administración americana (1906-1947) fueron, entre otros, una cuidadosa exploración que permitió localizar vetas de gran riqueza como la Purísima en Real del Monte, en plena Revolución Mexicana, y la del Álamo y Nueva Australia en Pachuca en las décadas de 1930 y 1940, cuyo disfrute alcanzó magnitudes nunca antes registradas en la región. Sus logros se debieron a la disponibilidad de energía eléctrica, con la cual se pudo aplicar la perforación neumática que se había iniciado en el último cuarto del siglo XIX. En cuanto a las técnicas de trabajo subterráneo, definidas principalmente por las características de las vetas y las rocas que contiene, fueron sustituidas por dos sistemas: el de sobrecarga, y el de corte y relleno. El proceso de cianuración se sustituyó en 1906, inventado y desarrollado en Pachuca desde el siglo XVI. Por último, pero no menos importante, estaba el manejo de los desperdicios o jales, que implicó la unión de las tres principales empresas mineras de la región a fin de adquirir extensos terrenos al sur de Pachuca para confinar el material de desecho (Ortega, 2010: 229).

En infraestructura, la guerra aparejó la destrucción de las vías de comunicación ferroviaria y con ello se deterioró la unificación del mercado interno y se resintió el abastecimiento normal de materias primas y combustible a los centros fabriles. Los ferrocarriles jugaron un

papel transcendental en el desarrollo interno del país y su desplazamiento repercutió sobre él. Porque las líneas férreas hicieron bastante más que facilitar las exportaciones y la entrada de productos del extranjero, sobre todo tuvieron un hondo significado interno, al eslabonar los mercados del país y convertirlos de locales en regionales y darle por último una trabazón nacional (Lerman, 1989: 17). Es hasta mediados de la década de 1920 cuando el Estado Mexicano inició la intervención de la economía a través de grandes obras de infraestructura carretera. A partir de este año y hasta finales de la década de 1950, el financiamiento por parte del gobierno federal en la construcción de la red carretera se realizó sin crédito externo (Medina, 1995: 106). Es importante señalar que con las consecuencias de la Revolución las vías férreas sufrieron un notable deterioro y con ello la incomunicación y el aislamiento de vastas zonas del país (Lerman, 1989: 8). La cimentación de la infraestructura carretera tuvo una doble misión: proporcionar la expansión socioeconómica y servir como generadora de nuevas economías en regiones aisladas o mal comunicadas; además, se privilegió la comunicación de la capital con los principales puertos y regiones industriales: las primeras carreteras terminadas fueron México-Puebla, tramo de carretera México-Veracruz, y la México-Pachuca. También se impulsó el tramo de la carretera Panamericana, que uniría a la capital con Comitán en el Sur y Nuevo Laredo en el Norte; la primera uniría las zonas textiles de Puebla y de Orizaba con el mercado de la capital y el puerto de Veracruz, mientras que la Panamericana vincularía el gran mercado de la zona central de México con los extremos del país (Pérez, 2002: 71). Adicionalmente, una vía troncal uniría a la Panamericana con Tampico, puerto que iba creciendo en importancia. Parte de un plan ambicioso, la unión de océano a océano, fue la México-Acapulco (Medina, 1995: 106). A mediados de la década de 1930, el país tenía mil 400 kilómetros ubicados principalmente en la zona central.

En Hidalgo, fue hasta fines de la década de los cuarenta cuando se concluyeron algunas carreteras pavimentadas importantes como la México-Laredo y la México-Tuxpan, con las cuales Huejutla, Tianguistengo y Zacualtipan cobraron importancia como enlaces del territorio estatal, convirtiéndose en sitios intermedios y estratégicos en el intercambio comercial entre la Huasteca y el sur de la entidad. Los tramos Xochicoatlán-Molango, Ixmiquilpan-Querétaro, el entronque Pachuca-Tulancingo y Actopan-Mixquiahuala, también fueron otras obras importantes, de esta manera Hidalgo se colocó en primer lugar nacional en cuanto a construcción de carreteras durante esos años (SCyT, 2001) (ver **Corema 2**).

Con respecto a la dinámica poblacional, el país creció 0.55 por ciento de 1910 a 1930, pero continuaba escasamente poblado: existían 16.7 millones de habitantes, de los cuales 17 por ciento habitaba en núcleos urbanos y el restante vivía en zonas rurales. Nuevamente, resaltó el comportamiento demográfico del D.F.: su tasa fue cinco veces superior a la registrada por el país. A diferencia del periodo Porfirista, Hidalgo y el Estado de México registraron un decrecimiento poblacional menor al 0.40 por ciento (**Cuadro 4**). La conducta del D.F. se reflejó en la participación porcentual de 1930, en población total y urbana del país aportó 7.43 y 36.85 por ciento, respectivamente. El Estado de México proporcionalmente participó con 5.98 y 1.43; e Hidalgo con 4.09 y 1.49, respectivamente (

Cuadro 5). Al interior de la entidad hidalguense, el crecimiento urbano siguió retrasándose, Pachuca continuó como centro urbano dominante (ver **Corema 2**), concentró

6.35 por ciento de la población urbana estatal en 1930, equivalente a 43 mil 23 habitantes; mientras que resalta el comportamiento urbano ascendente de Tulancingo (**Cuadro 6**).

En suma, el estallido armado y sus consecuencias institucionales y económicas permitieron continuidad en la lógica imperialista de la explotación de la plata, aunque su influencia territorial y productiva se acotaba con el tiempo. El campo siguió manteniéndose, aunque en menor medida, como en la época del Porfiriato, limitado a dos productos: maíz y frijol, pilares de la modesta economía. Empero, a partir de los gobiernos posrevolucionarios se emprendió la ampliación de la industria hidráulica del sistema de riego del Valle del Mezquital, que marcaría significativamente a la agricultura comercial en la entidad. Los primeros intentos industriales en Hidalgo, salvo los realizados en Apan, no fungieron como ventaja comparativa propiciada por el enclave minero Real del Monte-Pachuca, sus orígenes dependieron de las bondades naturales de la zona, principalmente por la construcción del ferrocarril durante la economía porfirista. Por tal situación, la localización física de la industria hidalguense en la Revolución, marcaría aún más el círculo de desarrollo acentuado, iniciado durante el Porfiriato, y la dinámica de los municipios receptores, pero también empezaba a acentuar el círculo paralelo de retraso, máxime por los ejes carreteros construidos, pues más que servir como sustento para el desarrollo regional, determinaría el carácter acelerador y concentrador de la actividad económica en unas cuantas ciudades, debido al cada vez más importante flujo de migración poblacional, en donde Tulancingo, después de la ciudad capital, figuraba por su comportamiento urbano ascendente.

Consideraciones finales

Considerando lo anterior, se puede señalar que desde la consolidación del capitalismo en México hasta los años 30, la economía hidalguense se supeditó a lógicas externas a ella y en algunos casos al propio país, marcando peculiar organización espacial en la estructura productiva, la cual empezaría a privilegiar económicamente al sur de la entidad, zona de mejor acceso al Distrito Federal y a la Región Centro. Destaca, que pese a la cercanía geográfica entre Hidalgo, Estado de México y D.F., no determinó durante este periodo algún proceso convergente que beneficiaría a la entidad hidalguense, más bien propició dependencia político-económica desde el Porfiriato. Escenario diferente para la economía mexiquense, pues empezaba su tendencia a asociarse a la registrada por la ciudad política-económica del Porfiriato y la Revolución, el D.F. Así, antes de la llegada de la industria sustitutiva, se puede definir a la la estructura productiva hidalguense como primaria atrasada.

Bibliografía

- ARREGHINI, Lousi (1996), —Modelos gráficos y cartografía estadística, ponencia presentada en la Primera Reunión Nacional de Geografía Boliviana, La paz.
- ARREOLA MÉNDEZ, Eutimio (1997), Lo que el tiempo arrasa. Tulancingo y su historia, México. S.E.
- BETT, Virgil M. (1957), Central banking in México, monetary policies and financial crises, 1864-1940, Ann Arbor Michigan, Bureau of Business Research, School of Business Administration, University of Michigan.
- BRADING, M. D. (1975), Mineros y comerciantes en el México borbónico, 1763-1810, México, Fondo de Cultura Económica.
- BAKEWELL, P. J. (1976) Minería y sociedad en el México colonial. Zacatecas (1546-1700), México, Fondo de Cultura Económica.
- CASTILLOAGUIRRE, Jesús (2002), Raíces tecnológicas del subdesarrollo económico de México. El Porfiriato, 1880-1910, México, Tesis para obtener el grado de maestro en economía, Facultad de Economía-Universidad Nacional Autónoma de México
- CERDA GONZALES, Luís (1988), —La influencia del sector externo en el proceso de industrialización mexicana durante los primeros años posrevolucionarios. 1920-1940, Estudios de historia moderna y contemporánea de México, v. 11., México, Instituto de Investigaciones Históricas-Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 233-261.
- FRIEDMANN, J. (1973), Urbanization, Planning and National Development, Beverly Hills, Sage.

- GARZA, Gustavo y Juan Javier Pescador (1993), —La concentración económica en la ciudad de México, 1876-1910, Estudios demográficos y urbanos, vol. 8, núm. 22), México, El Colegio de México, enero-abril.
- GÓMEZ GALVARRIATO, Aurora (2003), —Industrialización, empresas y trabajadores industriales, del Porfiriato a la Revolución: la nueva historiografía, Historia mexicana, vol. 52, núm. 3, ene.-mar., México, Centro de Estudios Históricos-El Colegio de México, pp. 773-804.
- HABER, Stephen (1993), —La industrialización de México: historiografía y análisis, Historia mexicana, vol. 42, núm. 3 (167), ene.-mar., México, Centro de Estudios Históricos-El Colegio de México, pp. 649-688.
- (1989), *Industry and Underdevelopment, the Industrialization of México, 1890-1940.* Stanford, Stanford University Press.
- HERRERA CABAÑAS, Arturo (1984), *Los movimientos campesinos en Hidalgo, 1850-1876,* tesis para obtener el grado de Maestro en Historia, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa.
- HERRERA CANALES, Inés (1994), —Mercurio para refinar la plata en el siglo XIX, Historia mexicana, vol. 40, núm. 157, jul-sep, pp. 27-51.
- HERRERA CANALES, Inés y Rina Ortiz Peralta (1994), —La minería en Hidalgo. De la Colonia al Siglo XXI, en José Alfredo Uribe Salas (coord.), *Recuento histórico-bibliográfico de la minería de la Región Central de México,* Morelia, Instituto de Investigaciones Históricas.
- KALDOR, N. (1970), —The case for regional policies, *Scottish Journal of Political Economy,* núm. 17.

- KUNTZFICKER, Sandra (1995), —Mercado interno y vinculación con el exterior: el papel de los ferrocarriles en la economía del Porfiriato, *Historia mexicana*, vol. 45, núm. 177, jul.-sept., pp. 39-66.
- LAUJAIVEN, Ana y Ximena Sepúlveda Otaiza (1994), *Hidalgo, una historia compartida*, México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
- LERMANALPERSTEIN, Aida (1989), *Comercio exterior e industria de la transformación en México 1910-1920*, México, Editorial Plaza y Valdez y UAM-Xochimilco.
- LOMELI VARGAS, Leonardo (2009), *La influencia del positivismo en la política económica del Porfiriato*, tesis para obtener el grado de Doctor en Historia, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- (2005), *La recuperación económica y su impacto en el centro de México durante el Gobierno de Álvaro Obregón (1920-1924)*, México, Economía, Sociedad y Territorio, Dossier Especial. El Colegio Mexiquense, A.C. Toluca, México. P.1-31
- LÓPEZ ROSADO, Diego (1971) *Historia y pensamiento económico de México. IV. Comercio Interior y Exterior. Sistema Monetario y del Crédito*, México. Universidad Nacional Autónoma de México, 1971, p. 200.
- LUSTIG, Nora (1994) *México hacia la reconstrucción de una economía*. México. El Colegio de México y Fondo de Cultura Económica Latinoamericana.
- MANZANO, Teodomiro (1897) *La geografía del estado de Hidalgo*. Pachuca, hidalgo. Gobierno del estado de Hidalgo
- MEDINA PEÑA, Luis (1995) *Hacia el nuevo estado. México, 1920-1994*. México. FCE.
- MEYER BARTH, Jean (1986) *Haciendas y ranchos, peones y campesinos en el Porfiriato: algunas falacias estadísticas*. *Historia mexicana*: México, D.F.: El Colegio de

México, Centro de Estudios Históricos: v. 35, no. 3 (139) (ene.-mar. 1986), p. 477-509

MYRDAL, Gunnar (1979) Teoría económica y regiones subdesarrolladas. México, DF. Fondo de Cultura Económica. Quinta reimpresión.

ORTEGA MOREL, Javier (2010) Minería y tecnología: la compañía norteamericana de Real del Monte y Pachuca, 1906 a 1947. Tesis para obtener el grado de Doctor en Historia de México. Facultad de Filosofía y Letras, UNAM

(2002) Minería y ferrocarriles. El caso de Pachuca-Real del Monte, 1870-1906. Tesis para obtener el grado de Maestro en Historia de México. Facultad de Filosofía y Letras, UNAM.

ORTIZ PERALTA, Rina (1999) La minería y su espacio regional: el caso de Pachuca y Real del Monte en el siglo XIX. En ROMERO IBARRA, María Eugenia, coordinadora, (1999) Las regiones en la historia económica mexicana. Siglo XIX. México. Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Economía.

PLETCHER, D. M. (1952-1953) México campo de inversiones norteamericanas: 1876-1880. Historia Mexicana, vol. 2, México, DF.

RUIZ DE LA BARRERA, Rocío (2000) Breve historia de Hidalgo. México. El Colegio de México.

(1995) La empresa de minas del Real del Monte (1849-1906). Tesis para obtener el grado de doctor en historia. México. El Colegio de México.

SARIEGORODRIGUEZ, Juan Luis (1994) Minería y territorio en México; tres modelos históricos de implementación socio espacial. México. Estudios demográficos y urbanos. El Colegio de México, Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano: v. 9, no. 2 (26) (mayo-ago. 1994), p. 327-337

- SAAVEDRA SILVA, Elvira Eva y María Teresa SÁNCHEZ SALAZAR (2008) Minería y espacio en el distrito minero Pachuca-Real del Monte en el siglo XIX. México. Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM. ISSN 0188-4611, Núm. 65, 2008, pp. 82-101
- TOPIK, Steven (1990) La revolución, el Estado y el desarrollo económico en México. Historia mexicana: México, D.F.: El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos: v. 40, no. 1 (157) (jul.-sept. 1990), p. 79-144.
- URIBE SALAS, José Alfredo y Rubén Darío NUÑEZ ALTAMIRANO (2011) Depreciación de la plata, políticas públicas y desarrollo empresarial. Las pequeñas y medianas empresas mineras mexicanas de Pachuca y Real del Monte. Revista de Indias, volumen LXXI, número 252, páginas 449-448, ISSN: 0034-8341.
- VARGAS, GONZÁLEZ Pablo (2011) Gobernadores. Elecciones y poder local en el estado de Hidalgo, México 1869.1975. UAM-Iztapalapa. México-DF.
- (2010) Nuevo mega proyecto en México: la refinería de PEMEX 1972-2009, los viejos paradigmas de desarrollo. Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS) Concurrencias y Controversias Latinoamericanas. Número 3, año 2, octubre 2010.
- (1995 a) Tendencias de la urbanización en Hidalgo, 1895-1994, en VARGAS GONZÁLES, Pablo (1995 b)Hidalgo. Población y Sociedad al siglo XXI. Pachuca. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- VERNON, Raymond (1965)The dilemma of Mexico's development. Cambridge, Massachusetts. Harvard University Press.Citado en TOPIK, Steven (1990) La revolución, el Estado y el desarrollo económico en México. Historia mexicana: México, D.F.: El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos: v. 40, no. 1 (157) (jul.-sept. 1990), p. 79-144

WIONCZEK, Miguel (1986) Industrialización, capital extranjero y transferencia de tecnología: la experiencia mexicana, 1930-1985. Foro internacional: México, D.F.: El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales: v. 26, no. 4 (104) (abr.-jun. 1986), p. 550-566

Desigualdad, pobreza y políticas públicas

Pobreza y Desigualdad en México

Ramiro Cadena Uribe

Resumen

En México más de la mitad de la población se encuentra en niveles de pobreza. A pesar de ser un País que cuenta con tierra cultivable, petróleo, recursos minerales y una gran extensión de mar patrimonial. La desigualdad social crece y con ella el riesgo de un estallido social. Para atacar este problema se han realizado diagnósticos de los diferentes parámetros e indicadores de la situación para establecer líneas de acción gubernamental que incluyan recursos, procedimientos y sistemas operacionales congruentes a las características específicas y naturaleza diferencial del País.

La asignación de recursos, en términos porcentuales, ha sido mayoritariamente en el rubro asistencial. No hacen productiva a la población. No contribuyen directamente a que ellos mismos generen sus propios recursos, que generen su propia riqueza. Al contrario, en buena medida los hace más económicamente dependientes de los recursos asistenciales al no tener la necesidad de generar sus propios ingresos. No se ha incrementado el producto interno bruto de la región, componente básico del Índice de desarrollo Humano (IDH).

El desarrollo social garantiza el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, no hay desarrollo sostenible sin justicia social y equidad. El tema de desarrollo social en México es sumamente sensible, toda vez que somos un país de profundas desigualdades y con elevados niveles de pobreza y subdesarrollo. La desigualdad y exclusión, combinada con

las secuelas sociales resultado de las crisis económicas han dejado un profundo deterioro del tejido social.⁷³

Palabras clave: Pobreza, desigualdad, desarrollo

Metodología

1.- Definición del objetivo del proyecto de investigación. Analizar el nivel de pobreza y el desarrollo social de la población de México, sus causas, su situación actual y el impacto de las políticas sociales para determinar su tendencia y los posibles escenarios futuros que permita comprender la dinámica demográfica, su naturaleza y sus características.

2.- Especificación de las fuentes y bases de datos que aporten datos e información para el trabajo. Consulta objetiva y dirigida al análisis.

- Consejo Nacional de Población.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
- Consejo Nacional de Evaluación de las Políticas de Desarrollo Social
- Secretaría de Desarrollo Social.
- Plan Nacional de Desarrollo
- Plan Estatal de Desarrollo
- Secretaría de Salud
- Secretaría de Educación Pública
- Instituto Mexicano del Seguro Social

⁷³ INCIDE social.

- Instituto de Seguro y Servicio Social de los Trabajadores del Estado

- Instituto Nacional de Desarrollo Social.

3.- Investigación de Teorías, modelos e hipótesis de trabajos realizados y relacionados con el objeto de estudio.

4.- Tratamiento y análisis de la información

5.- Conclusión de resultados.

Introducción

El trabajo se estructura en cuatro partes con las que se pretende cumplir con el objetivo. En la primera parte, —Conceptos Generales‖ se precisan los conceptos que definen el objeto de estudio y lo que se estudiará de él. Se plantean diversas concepciones de lo que es calidad, calidad de vida y desarrollo social, teorías desarrolladas que permitan definir un marco de regencia de las variables a valorar. Se definen indicadores socioeconómicos que serán herramienta para ese estudio. Se incluye el marco teórico de este trabajo que plantea su naturaleza, define el problema a estudiar y da cuenta de la teoría e instrumentos a considerar.

En —Análisis Contextual‖ se hace referencia a la situación del nivel de calidad de vida en diversas áreas geográficas para apreciar el contexto en el que fluctúan los indicadores en estudio en el contexto mundial y nacional que permita dimensionar en su justa medida la problemática en este aspecto.

En —Panorama Nacional‖, se presentan los conceptos de Programas y Proyectos Sociales, así como los programas sociales que se aplican. Su naturaleza y magnitud. Se presenta una relación de inversiones en sectores sociales como educación y salud. Con lo anterior se

pretende tener una idea de los esfuerzos y recursos que se han destinado para poder evaluar su impacto. Se hace un análisis de la tendencia de la inversión y del IDH y se refieren cursos alternativos de acción.

Las conclusiones de este trabajo se describen al final. Se presenta una síntesis de lo investigado y analizado, una respuesta global al problema. Se constata el alcance de los objetivos planteados.

Falta mucho más por investigar y analizar, pero este trabajo aspira a ser un punto de partida para la realización de mayores y más profundas investigaciones.

Revisión de Literatura “Análisis Contextual”

Existen diversas concepciones de lo que es pobreza, calidad de vida y el rezago social, así como los diversos métodos y criterios para su evaluación y medición. Se han desarrollado diversas teorías al respecto. Para este trabajo se ha tomado como punto de referencia para la evaluación y medición de tales conceptos al Índice de Desarrollo Humano (IDH).

Calidad de vida.

Este concepto ha sido ampliamente trabajado desde diversos enfoques y teorías con el objetivo de especificar al conjunto de características y atributos que determinan un nivel de vida del ser humano en el cual satisface sus necesidades elementales y puede desarrollar sus capacidades y potencialidades generales, en el ámbito material, económico, intelectual, cultural y social.

Armand Feigenbaum establece que la calidad inicia en el análisis de las necesidades reales y prácticas de la población para diseñar lo que se requiere y diseñar un sistema capaz de

producir esos satisfactores y termina cuando los satisfactores llegan a la población. En estas tareas deben participar todos los involucrados. La calidad inicia y termina en la población. La variación del grado de satisfacción de la población debe variar solo entre los límites preestablecidos. Por ello introduce el término de Control Total de la Calidad. Señala que calidad no significa lo mejor, sino lo que el objeto de atención quiere, necesita o pretende.

Kaoru Ishikawa considera que la calidad empieza con la educación y termina con la educación. Es decir, la educación es el principal instrumento para lograr la calidad. La herramienta fundamental para ese cambio. De nada sirve asignar gran cantidad de recursos si no se pasa primeramente por la educación. Educación continúa para todos los niveles. La calidad aprovecha lo mejor de cada persona. La calidad llega a su estado ideal cuando ya no requiere de inspección. Indica que deben eliminarse las causas y no solo los síntomas de los problemas y necesidades sociales.

La calidad de vida es un concepto para evaluar el bienestar social general de cada individuo o de cada sociedad. A diferencia del concepto de nivel de vida que se refiere al nivel de ingresos principalmente, incluye no sólo aspectos de riqueza y empleo, sino que comprende ambiente físico, salud física y mental, educación, cultura, recreación, sentido de pertenencia y cohesión social.

Pobreza

El concepto refiere a la carencia de lo básico para vivir y de oportunidades para desarrollar las potencialidades del ser humano. Un hogar está en condiciones de pobreza absoluta, cuando el monto de su ingreso es inferior al monto de consumo mínimo para satisfacer sus

necesidades esenciales.⁷⁴ Está en condiciones de pobreza extrema, si el monto de su ingreso no alcanza a cubrir el costo monetario de la Canasta Sub mínima (CSM), es decir, no cubre las necesidades más esenciales y perentorias de la alimentación, ni alcanza a cubrir los gastos de educación, salud e higiene que normalmente no se reciben por medio de transferencias gubernamentales.

Índice de Desarrollo Humano.

El índice de desarrollo humano es un indicador confiable para medir la calidad de vida que establece la Organización de las Naciones Unidas para medir el grado de desarrollo de los países a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), cuyo cálculo se realiza mediante tres variables fundamentales: educación, salud e ingreso.⁷⁵ Se ha incluido a la desigualdad como otro elemento. Considera:

- 1.- Esperanza de vida. Referente al número de años que se espera, viva una persona de en lugar específico.
- 2.- Educación. Es un parámetro que se evalúa por la tasa de alfabetización de adultos y la tasa bruta combinada de matriculación en los niveles de educación primaria, secundaria y superior, así como los años de duración de la educación obligatoria.
- 3.- PET per cápita. Se refiere al producto interno bruto PIB per cápita que se genera.

Desarrollo humano.

Es un proceso por el que una sociedad mejora las condiciones de vida de sus ciudadanos a través de un incremento de los bienes con los que puede cubrir sus necesidades básicas y

⁷⁴Hernández Laos, Enrique. Crecimiento Económico y Pobreza en México. Una agenda para la investigación. UNAM, México. 1992.

⁷⁵Wikipedia, la enciclopedia libre. El índice de desarrollo humano.

complementarias, primarias y secundarias, básicas o inducidas y de la creación de un entorno en el que se respeten los derechos humanos de todos ellos. Es la cantidad de opciones que tiene un ser humano en su propio medio, para ser o hacer lo que él desea ser o hacer. A mayor cantidad de opciones, mayor desarrollo humano. El Desarrollo humano es una forma de medir la calidad de vida del ente humano en el medio en que se desenvuelve, y una variable fundamental para la calificación de un país o región.⁷⁶

Desarrollo social

Se entiende por desarrollo a la ampliación de oportunidades individuales, aunadas a la satisfacción de necesidades básicas, tales como la educación, la alimentación, vivienda, aspectos económicos y salud (Campos ortega, 1997).

En 1995 la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social solicitó que se asignen al sector social más recursos nacionales. Instó a adoptar la fórmula 20/20, que pide a los gobiernos de los países en desarrollo que reserven al menos el 20 % del presupuesto para los servicios sociales básicos y que los países donantes asignen a esos servicios al menos el 20 % de su asistencia oficial para el desarrollo. El desarrollo social se refiere al desarrollo del capital humano y capital social en una sociedad. Implica una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad. Implica principalmente Desarrollo Económico y Humano. Su proyecto de futuro es el Bienestar social.⁷⁷

⁷⁶Wikipedia, la enciclopedia libre. El índice de desarrollo humano

⁷⁷ Wikipedia, la enciclopedia libre. Desarrollo Social.

Objetivos de desarrollo del milenio

Durante la cumbre del Milenio 2000, 189 países se comprometieron a crear, a nivel nacional y mundial, un entorno propicio para el desarrollo y la eliminación de la pobreza y así alcanzar unos objetivos con sus metas específicas para el 2015, entre los que sobresalen:

1. Erradicar el hambre y la pobreza extrema. Meta: reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas cuyos ingresos sean inferiores a un dólar por día.
2. Lograr la educación básica universal. Meta: velar para que en 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.
3. Promover la equidad de género y la autonomía de la mujer. Meta: eliminar las desigualdades entre géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferentemente en 2005, y en todos los niveles de enseñanza antes de finales de 2015.
4. Reducir la mortalidad infantil. Meta: reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la tasa de mortalidad de los niños menores de cinco años.
5. Mejorar la salud sexual y reproductiva. Meta: reducir entre 1990 y 2015, la tasa de mortalidad materna en tres cuartas partes.
6. Combatir el VIH/SIDA, la malaria y el dengue. Metas: detener y comenzar a reducir, para 2015, la propagación del VIH/SIDA. Detener y reducir, para 2015, la incidencia de paludismo y otras enfermedades graves.

7. Garantizar la sostenibilidad ambiental. Metas: incorporar los principios del desarrollo sostenible a las políticas y los programas nacionales. Reducir a la mitad, para 2015, el porcentaje de personas que carezcan de acceso sostenible a agua potable.

8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

9. Índice de Marginación

Es una medida del impacto global de las carencias que padece una población específica como resultado de la falta de acceso a la educación, la residencia en viviendas inadecuadas, la falta percepción de ingresos o ingresos bajos y las relaciones con la residencia en localidades pequeñas, que permiten establecer parámetros de comparación entre entidades, municipios y localidades.⁷⁸

El índice de marginación⁷⁹ es una medida que resume nueve indicadores socioeconómicos que permiten medir formas de la exclusión social y que son variables de rezago o déficit. Indican el nivel relativo de privación en el que se subsumen importantes contingentes de población. Este indicador registra el impacto global del déficit y hacen posible el análisis de la expresión territorial del fenómeno.

El diseño del índice⁸⁰ permite agrupar las entidades federativas en cinco conjuntos claramente diferenciados, de acuerdo con la síntesis de las nueve formas de exclusión social. Para ello, se utilizó la Técnica de Estratificación Óptima desarrollada por Dalenius y

⁷⁸Conapo. Índices de marginación 2005

⁷⁹Consejo Nacional de Población, **Índices de Marginación 2000**, Conapo, México 2001.

⁸⁰Consejo Nacional de Población, **Índices de Marginación 2000**, Conapo, México 2001

Hodges. La aplicación de este método estadístico lleva a dividir el recorrido del índice de marginación estatal (-1.52944, 2.25073), en cinco subintervalos, mediante cuatro puntos de corte: -1.15143, -0.39539, -0.01738 y 0.73866. De esta manera, una entidad federativa tendrá Muy bajo, Bajo, Medio, Alto o Muy alto grado de marginación, según el intervalo en que se ubique el valor de su índice.

De los nueve indicadores utilizados en la determinación del índice, los tres más importantes son: el porcentaje de población analfabeta, el de población sin primaria completa y el de población en viviendas con piso de tierra. El índice de marginación va, del muy bajo del DF, en donde el 12% de la población de 15 años o más no terminó primaria, al muy alto de Chiapas, en donde el 23% de la población de 15 años o más de edad, es analfabeta y 50 por ciento no terminó la primaria.

Objetivo o propósito

Analizar el nivel de pobreza y el desarrollo social de la población en México, sus causas, su situación actual y el impacto de las políticas sociales mediante investigación documental para determinar su tendencia y los posibles escenarios futuros que permita comprender la dinámica demográfica, su naturaleza y sus características.

Desarrollo

A nivel mundial existe una guerra que tiene como objetivo extraer la riqueza de un país por otro. Se busca ganar posiciones de poder. Se busca extraer la riqueza mediante la venta de productos manufacturados y de servicios. La guerra es por la conquista de los mercados internacionales, los países desarrollados buscan ampliar sus áreas de influencia. Tienen que

competir entre sí ofreciendo productos y batallando con las barreras arancelarias que los otros países han establecido para proteger su planta productiva local. Buscan, entonces, promover convenios, tácticas y estrategias para eliminar límites comerciales para sus productos, crear un mercado global en los que puedan colocar productos. Los países subdesarrollados se incorporan a este contexto pero su capacidad de producción no puede competir en tecnología, capacidad instalada, calidad y precio con los países desarrollados. Los primeros exportan materias primas, si tienen, e importan artículos procesados. La brecha entre los países pobres y ricos se amplía.

La estrategia neoliberal se caracteriza por impulsar la apertura económica, la inserción progresiva de cada nación en la economía mundial, el adelgazamiento del Estado, la intención de dejar que las fuerzas del mercado o de la libre competencia a la economía.⁸¹ Se argumentó que esta estrategia, que se aplicó a partir de 1982, era un modelo de crecimiento, que generaría empleo con ingresos que permitan a la población mejorar su calidad de vida y a los Estados les dejaría asignar más recursos a las políticas sociales. La sustitución de importaciones fomentó la protección y la ineficiencia, desalentó el progreso tecnológico, consolidó una industrialización circunstancial y no sólida⁸² la pequeña y mediana industria, que contribuye significativamente en generar empleo no han podido ser multiplicadoras de la economía, por falta de apoyo.

La tendencia de la planta productiva es la reducción de costos. No importa si es a costa de los intereses de los trabajadores. La ingeniería aplicada a automatizar procesos y reducir costos de mano de obra. Se promueven reformas laborales en las que sus derechos se

⁸¹ Lerner, Bertha. América Latina: Los debates en política social, desigualdad y pobreza. UNAM. fondo México 1996.

⁸² Prebisch, Raúl. CEPAL. 1990

reduzcan en aras de la productividad. Desempleo y bajos salarios ha llevado a que se reduzca la capacidad de compra de la población que amenaza con una sobreproducción mundial. El crecimiento demográfico, refiere la CEPAL, es mucho mayor a la generación de fuentes de trabajo lo que provoca marginalidad, desempleo y subempleo. La estrategia neoliberal encuentra mano de obra barata. No existe la capacitación para que la empresa nacional compita con calidad y productividad.

Las naciones subdesarrolladas se encuentran en una situación limitada para decidir respecto a su política interna. La deuda externa agobia a sus gobiernos y la banca internacional adquiere un poder de injerencia cada vez mayor. El excesivo endeudamiento hace perder soberanía nacional. El Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial imponen políticas económicas y de gasto en medida de los compromisos de pago. Limitan el gasto corriente a nivel de austeridad que afecta a las políticas sociales. El capital circulante se controla al límite. No hay apoyo para la inversión ni crédito para la generación de fuentes de empleo. Puede existir materia prima, recursos naturales, mano de obra, pero no el financiamiento para proyectos de inversión en empresas o industrias.

La desigualdad entre las condiciones de vida y la capacidad de generar los satisfactores primarios es creciente y alcanza niveles sin precedente.⁸³ Unos 800 millones de personas, señala Pedro Vuskovic, controlan económica, tecnológica, informática y militarmente a los demás habitantes del mundo, estimados en más de 4 mil millones. El 75 % de la población mundial tiene el 19 % del PIB mundial. Se estima que 3 mil millones viven en pobreza

⁸³Vuskovic, Pedro. Pobreza y desigualdad en América latina. Colección Internacional. UNAM. Primera edición 1993.

absoluta, 18 % dispone del 78 % de la producción, 81 % de los gastos energéticos. El 82 % de la población disponen de menos de la quinta parte de la producción y riqueza de la tierra. Un norteamericano gasta la misma cantidad de energía que 6 mexicanos, 9 brasileños, 35 hindúes o 208 tanzanios. Según la FAO, hay 450 millones de personas con desnutrición grave, según el Banco Mundial, mil millones. 15 millones de niños mueren prematuramente por hambre o por muerte relacionada con ella, según refiere la UNICEF. Muertes que se pudieran evitar con el 2 por mil de la producción mundial de alimentos.

*Calidad de vida por países*⁸⁴

El PNUD maneja una lista que considera a 179 de los Países miembros de las Naciones Unidas de un total de 192, dado que de los 17 Países restantes no se tienen datos. Se consideran [ONG Long](#) y la [Autoridad Palestina](#) (que no son miembros de la ONU). También se incluye (para comparación) el IDH promedio de las regiones del mundo y de grupos de países. De acuerdo a su más reciente informe de 2013, el PNUD clasifica a los países de acuerdo a su índice de desarrollo humano ajustado por desigualdad Noruega encabeza la lista de IDH con un IDH muy alto de 0.894, Australia, Suecia, Países Bajos y Alemania completan a los primeros 5 Países. De América, Canadá es el mejor posicionado en el lugar 13, Estados Unidos en la posición 16. México se encuentra en la posición 55.

Haití se localiza en el lugar 149 con un IDH de 0.532, pero a la baja. 26 son las naciones consideradas con IDH bajo. Níger, en el penúltimo lugar y República democrática del Congo en último, con tendencia a la baja. Es contrastante la situación de los países ricos con la mayoría de los del continente africano que se rezaga cada vez más en la pobreza,

⁸⁴ Informe del desarrollo humano 2008/2009 del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD

principalmente por el peso del sida.—Los habitantes de Noruega son 40 veces más ricos que los de Níger y viven casi dos veces más, resume el PNUD.

Las 500 personas más ricas del mundo superan juntas en ingresos a los 416 millones de personas más pobres. El sida no es el único responsable del ensanchamiento de las desigualdades en desarrollo humano, señala la ONU. La falta de acceso al agua potable, causante de la muerte de casi 2 millones de niños al año, contribuye a agravar el problema. Según el informe Poder, pobreza y crisis global del agua, más de mil millones de personas no tienen acceso a este recurso y más de 2 mil 600 millones carecen de saneamiento adecuado. La esperanza de vida en los 31 países clasificados en lo más bajo del IDH que cubre a 9 por ciento de la población mundial es de 46 años, o 32 menos que en las naciones ubicadas en lo más alto.

—Nacer en la calle equivocada de la aldea global acarrea consigo grandes riesgos en términos de perspectivas de supervivencia, apunta el PNUD. El reporte añadió que la esperanza de vida en el África subsahariana es marcadamente más baja que en la década de 1970, debido al VIH/SIDA. La región ha sido la más golpeada por la epidemia y en ella se encuentran casi dos tercios de los 40 millones de personas que se estima están infectadas con VIH en el mundo. La esperanza de vida es sólo de 31.3 años en el pequeño reino de Swazilandia, en el sur de África, mientras en Sudáfrica, la mayor economía del continente, es de 47, en comparación con los 82.2 años de Japón.

Panorama nacional

El crecimiento económico en las últimas décadas ha estado muy por debajo de las expectativas. Nunca el 7 % que prometió Vicente Fox. En promedio, por debajo del 3 %. Será difícil mejorar sistemáticamente la situación social de la población, especialmente el ingreso, si México no logra tener un crecimiento económico sostenido promedio anual *per capitade* más de 3%. El Banco de México reconoce que en los dos años de gobierno de Peña Nieto la economía se ha estancado. La política de desarrollo social y la política económica deben ser parte de una política nacional integral de desarrollo.

El más reciente informe del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, CONEVAL, indica que el 45.5 % de la población en México está en situación de pobreza, lo que representa 53.3 millones de personas, de las que 11.5 millones se consideran en pobreza extrema. 32.5 millones de mexicanos son vulnerables por carencias sociales, 7.2 millones por ingresos, 22.6 millones de personas con rezago educativo, 25.3 millones sin servicios de salud, 71.8 millones sin seguridad social, 15.9 millones con carencia por calidad y espacio para la vivienda, 24.9 millones sin acceso a los servicios básicos de vivienda y 27.4 millones con carencias por acceso a la alimentación. El 51.6 % de la población, 60.6 millones de personas tienen ingresos por debajo de la línea de bienestar.

El trabajo es el origen de la riqueza, sin embargo la generación de empleos no solamente no crece sino que se redujo la oferta laboral. La población que demanda empleo crece y no hay un mercado laboral suficiente y de calidad. El desempleo absorbe ya a la población con estudios superiores y de posgrado. Crece la emigración ilegal a Estados Unidos en busca de empleo. Crece la economía informal que da más empleo que la economía formal. La tasa de

desocupación llegó a 4.8 % durante el primer trimestre de 2014 lo que equivale a 2 484 798 personas.

La tasa de desocupación se encuentra por arriba del promedio de países de la OCDE. Hay un elevado porcentaje de población ocupada sin acceso a instituciones de seguridad social, que es una de las acepciones de informalidad. México es uno de los países de la OCDE y de América Latina que no cuenta con seguro de desempleo.

México es uno de los países de la OCDE que gasta menos en políticas activas de empleo, medido como proporción del PIB. Las políticas activas de empleo consisten en actividades de capacitación y entrenamiento, subsidios al empleo y acciones de —empate entre empresas y trabajadores. Debido a la crisis económica iniciada en 2007-2008, el PIB por persona trabajando decreció en todos los países de la OCDE, pero esta disminución fue más pronunciada en México. Adicionalmente, la productividad laboral en México es la más baja de la OCDE. En 2010 México ejerció 1,437 millones de pesos en políticas activas de empleo que atendieron a 470,587 personas, básicamente de zonas urbanas, de un total de 2'485,925 desocupados y 3'978,472 subocupados.

Debe considerarse que los índices de inflación acumulada anual son superiores a los incrementos salariales, por lo que se producen dos aspectos. Por un lado, esa diferencia implica pérdida del salario relativo directo y por otra, la inflación genera pérdida del poder

adquisitivo de la moneda. La relación de ingreso por persona entre el 20 % más ricas y el 20 % más pobres es de 19.6 veces.⁸⁵

Casi 18 millones de mexicanos no cuentan con los ingresos suficientes para adquirir la canasta básica. De acuerdo con un estudio del Centro de Análisis Multidisciplinario de la Facultad de Economía de la UNAM, en los últimos dos años, el poder adquisitivo del salario mínimo ha registrado una pérdida de 32.64%. Sin embargo, en ese mismo lapso la canasta alimenticia tuvo un aumento de 67.16 por ciento y el aumento al salario mínimo fue de casi 13 por ciento. El incremento acumulado del precio de la Canasta Alimenticia Recomendable (CAR) ha sido de 67.16 %, al pasar de 80.83 a 135.12 pesos; mientras, el aumento del salario mínimo apenas fue de 12.59 % (de 48.67 a 54.80 pesos).

La CAR es una canasta de alimentos recomendables para el consumo diario de una familia mexicana integrada por cinco personas (dos adultos, un joven y dos menores). Una persona necesita aumentar sus horas de trabajo para poder adquirir los productos de la canasta alimenticia recomendable, ya que antes era de 13.17 horas y ahora requiere 19.43 horas. Con el actual salario mínimo, más de 17 millones 900 mil personas, que representan 40.82 % de las familias trabajadoras (de la Población Económicamente Activa) en México, no tienen ingresos suficientes para adquirir la canasta. Existe una estrecha relación entre la mortalidad y en particular con la mortalidad infantil con las condiciones de vida, en

⁸⁵Vuskovic, Pedro. Pobreza y desigualdad en América latina. Colección Internacional. UNAM. Primera edición 1993.

especial con el ingreso.⁸⁶ Los elevados niveles de mortalidad y fecundidad están en función de las condiciones sociales y económicas no satisfactorias.

Un indicador usado para medir la desigualdad es el Coeficiente de Gini el cual es un número entre 0 y 1, en donde 0 corresponde con la perfecta igualdad (todos tienen los mismos ingresos) y 1 se corresponde con la perfecta desigualdad (una persona tiene todos los ingresos y los demás ninguno). Nuestro país tiene un índice de Gini de 0.498, comparado con el 0.707 de Namibia que es la peor distribución o el 0.23 de Suecia que es la mejor distribución. Con más de 50 millones de pobres, México tiene al hombre más rico del mundo. Los sueldos de la alta burocracia son de los más altos en Latinoamérica cobra el doble del promedio de los países de la OCDE. México es el segundo país con mayor desigualdad en la OCDE

Entre 1992 y 2010, a partir de la Encuesta de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), se observa que el ingreso real neto total per cápita se mantuvo constante (quizás incluso con una reducción marginal). Lo anterior coincide con un crecimiento del PIB per cápita promedio anual de sólo 1.2% entre 1990 y 2010. Esta tendencia se observa también en la evolución 1992-2010 de la dimensión de pobreza por ingreso alimentaria y de patrimonio. Lo anterior implica que será difícil reducir la pobreza por ingresos si no se llevan a cabo políticas para incrementar el ingreso real de la población en México.

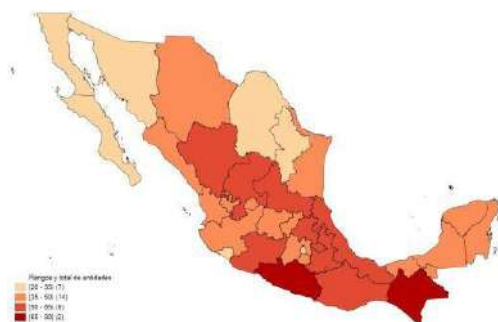
Mapas de pobreza y rezago social

El CONEVAL realiza mapas del territorio nacional en los que se evidencia la desigualdad.

⁸⁶Benítez Zenteno, Raúl. La población y el desarrollo en México. La desigualdad social y sus consecuencias demográficas.

Porcentaje de la población en pobreza, según entidad federativa. Estados Unidos

Mexicanos, 2012



Fuente: estimaciones del CONEVAL con base en el MCS-ENIGH 2012

Porcentaje de la población en pobreza extrema, según entidad federativa. Estados Unidos

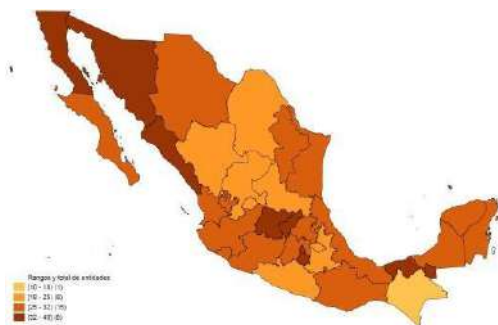
Mexicanos, 2012



Fuente: estimaciones del CONEVAL con base en el MCS-ENIGH 2012

Porcentaje de la población vulnerable por carencias sociales, según entidad federativa.

Estados Unidos Mexicanos, 2012



Fuente: estimaciones del CONEVAL con base en el MCS-ENIGH 2012

El CONEVAL indica que las políticas de protección social, así como las de desarrollo social, no están directamente asociadas a derechos. Los progresos de la Ley General de Desarrollo Social no se han convertido en instrumentos coordinados y eficaces de política pública. A pesar del avance en los distintos objetivos de política pública, aún no es posible materializar el ejercicio de derechos sociales.

El nivel de acceso y la calidad de los programas de protección social es desigual horizontal y verticalmente. La desigualdad horizontal consiste en que se entregan bienes y servicios diferentes a individuos con necesidades y riesgos similares. La desigualdad vertical implica que se ejerce una proporción del gasto social a través de instrumentos regresivos en términos absolutos, en detrimento de instrumentos progresivos o neutrales.

La coordinación y complementariedad entre entidades y dependencias para entregar beneficios a la población vulnerable y en pobreza es débil, de acuerdo a la evaluación del CONEVAL. A pesar de que existen espacios institucionales de colaboración entre instancias de gobierno (la Comisión Intersecretarial y la Comisión Nacional de Desarrollo Social, por ejemplo), hay programas e instituciones dirigidas a cubrir riesgos similares de carácter contributivo y no contributivo, tanto a nivel federal como estatal. No existen instrumentos

eficaces dirigidos a la población vulnerable residente en áreas urbanas y que, además, puedan activarse frente a crisis inesperadas.

En el caso del ingreso, éste no ha avanzado adecuadamente. La crisis económica de 1995, la desaceleración de inicios del siglo XXI, así como el incremento en los precios de los alimentos desde finales de 2007 y la crisis financiera de 2009, han hecho que el ingreso real per cápita en México prácticamente no haya crecido en las últimas dos décadas. La reducción de la pobreza se materializará si la cobertura y calidad de servicios básicos, así como el ingreso evolucionen radicalmente.

Existe desigualdad de género; se registran pérdidas en desarrollo humano. Entre 2000 y 2013 estas pérdidas disminuyeron en la mayor parte de los estados de la República. Sin embargo, destacan Hidalgo, Chiapas y Chihuahua por ser los estados en donde las diferencias entre hombres y mujeres persistieron, afectando negativamente su desarrollo humano.⁸⁷

En lo que se refiere al empoderamiento de las mujeres, en los estados se observaron cambios positivos. Para 2013, se redujo a la mitad el número de entidades con los menores índices de potenciación de género, mientras que diez entidades alcanzaron valores relativamente superiores al resto. A nivel nacional, en 151 municipios, al 6% del total, la inequidad entre hombres y mujeres persistió, afectando así de manera negativa el desarrollo humano.

⁸⁷ Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo. PNUD

El índice de desarrollo relativo al género (IDG),⁸⁸ incorpora la pérdida de desarrollo atribuible a las desigualdades entre hombres y mujeres en salud, educación e ingreso. El IDG considera la información desagregada por sexo y mide el logro en las mismas dimensiones y con las mismas variables que el IDH, considerando la desigualdad de logro entre hombres y mujeres. Entre mayor sea la disparidad de género en cuanto al desarrollo humano básico, menor es el IDG de un país en comparación con su IDH. México se encontraba en la relativa 46 entre 140 países (0,804), según el Informe mundial de 2009. En el Informe Mundial 2010 subió al 45 con un valor de 0,812, entre 136 países, manteniéndose entre los países de desarrollo humano alto. Para 2013, según el Informe Mundial de 2013, la esperanza de vida de las mujeres de de aproximadamente de cinco años superior a la de los hombres (77.8 y 72.8 respectivamente).

Analizando las cifras sobre el alfabetismo a partir de los 15 años, las desventajas de las mujeres respecto de los hombres son más de tres puntos (89,6% y 92,4% respectivamente). La tasa de matriculación combinada en enseñanza primaria, secundaria y terciaria es, sin embargo, un punto superior para las mujeres (76% y 75%). Respecto a los ingresos medios estimados en dólares (PPA), en México los ingresos de las mujeres representan alrededor de un tercio de los ingresos de los hombres.

El Índice de Potenciación de Género (IPG)⁸⁹ mide las oportunidades de las mujeres y refleja las desigualdades en tres rubros: participación política, participación económica y poder sobre los recursos económicos. Entre más cercano a uno sea el valor del IPG,

⁸⁸ Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo. PNUD

⁸⁹ Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo. PNUD

menores son las desigualdades entre los hombres y las mujeres en los tres ámbitos considerados.

El Informe Mundial de 2010, señala que México se encuentra en la posición 35, entre 75 países con un valor de 0,597 y los valores más altos de este indicador se observaban en el Distrito Federal, Baja California Sur, Quintana Roo, Campeche y Coahuila. Las entidades con menor IPG eran Oaxaca, Zacatecas, San Luis Potosí, Morelos y Chiapas. El IPG nacional es similar al de Hungría, aunque hay valores altos como los de España y Reino Unido, como en el Distrito Federal y tan bajos como el de Paraguay, comparable al de Chiapas. El porcentaje de mujeres que ocupan puestos ejecutivos y administrativos es del 25%; la participación de las mujeres en los puestos profesionales y técnicos asciende al 42%. La proporción de mujeres en escaños parlamentarios es del 25,0%. La relación equitativa en los ingresos percibidos entre hombres y mujeres sería 1. En el caso de México, se observa una cifra muy desfavorable para la mujer pues según el Informe es 0,39.⁹⁰

El índice de potenciación de género (IPG) mide la desviación respecto a una distribución igualitaria del poder de decisión en el ámbito. El 6% de los municipios del país retrocedieron en sus indicadores de equidad de género entre los años 2000 y 2010, según el Programa para el Desarrollo Humano de la ONU. Los municipios se concentran en los estados de Hidalgo, Chiapas y Chihuahua. Según el documento, esos 151 municipios tienen altos índices de marginación, lo que significa que la igualdad está altamente relacionada con el nivel de ingreso.

⁹⁰Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo. PNUD

El Índice de Desarrollo de Género es un indicador basado en el Índice de Desarrollo Humano que mide la magnitud de la discriminación de género en el desarrollo humano a través de la brecha entre hombres y mujeres, como esperanza de vida, educación o ingreso. En la evaluación del 2010, México se situaba en el lugar 53 de 177 países evaluados y era el penúltimo lugar dentro de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), sólo por encima de Turquía. Al interior del país existen diferencias muy notables. Mientras que el Distrito Federal tiene un Índice de Desarrollo Humano (IDH) alto similar al de la República de Corea, Chiapas muestra un IDH similar al de países como Argelia o Uzbekistán. A nivel de municipio, las diferencias son todavía peores; la Delegación Benito Juárez en el Distrito Federal tiene un valor de IDH similar al de Alemania, mientras que municipios marginados de Guerrero y Oaxaca tienen IDH similares a los encontrados en los países africanos. Existe una relación negativa entre el IDH y la población indígena: los municipios con IDH bajos tienen niveles altos de población indígena.⁹¹

Tendencias de variación del gasto social y la calidad de vida en México

En términos generales, y de acuerdo a las cifras del CONEVAL, de 2000 a 2012, el gasto social total del Gobierno Federal creció 30 por ciento, pero el IDH sólo en 2 %.

La riqueza se genera con la producción. México tiene los elementos necesarios para echar a andar la producción y con ello la economía. Materias primas, energéticos y mano de obra. Es necesario canalizar el capital a la producción y no solo a la asistencia social. La producción es el camino, el trabajo. Se deben crear las condiciones para la generación de

⁹¹Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo. PNUD

fuentes de empleo. Infraestructura, condiciones sociales de seguridad y estabilidad económica. es necesario crear clósters regionales que aproveche las características regionales, fomente la formación y capacitación de mano de obra, desaliente la migración y fomente el sentido de identidad y pertenencia.

Es evidente la necesidad de una serie de reformas estructurales que tiendan a mejorar la calidad de vida de la población.

Una reforma financiera que contemple que el Estado genere los recursos necesarios para su función y operación a partir de un sistema más eficiente en el manejo de las empresas paraestatales de forma tal que se logre un equilibrio entre el prestar un servicio y productos de calidad a la sociedad y obtenga rendimientos para su propia sustentabilidad y contribuya al financiamiento de las funciones del Estado. Es necesario financiar el gasto corriente y el desarrollo con recursos y recurrir al endeudamiento. Renegociar el pago de la deuda pública externa e interna y retomar la independencia económica para la soberanía nacional.

Una reforma fiscal que contemple un sistema eficiente .y equitativa de recaudación fiscal, en la que se grave al producto del capital y menos al producto del trabajo. Que incentive a la iniciativa privada y propicie la creación de nuevas fuentes de empleo. Lo que sucede ahora es que dejaron al Instituto Mexicano del seguro Social 8,691 patrones por la reforma fiscal.

Es necesaria una reforma educativa que primero defina el tipo de país que se quiere ser. Cuál es el perfil del egresado que se requiere formar para resolver la problemática propia y

crear un sistema educativo congruente, que genere el capital humano para resolver la problemática socioeconómica actual y desarrolle a los investigadores primero para atender los grandes problemas y desarrolle la tecnología para el crecimiento sostenido de la población.

Esto implica definir los contenidos programáticos, prácticos y congruentes. Garantizar la formación de docentes que, de acuerdo al sistema preestablecido, cumplan en la línea enseñanza aprendizaje, con estabilidad laboral y justo salario. Diseñar los materiales acordes a este sistema. Textos que sean herramientas para los objetivos establecidos. Se requiere diseñar las instalaciones, maquinarias y equipos necesarios.

Es necesaria una reforma energética que genere energía limpia, producto de la energía solar, del aire, del agua o del interior de la tierra y aproveche sus hidrocarburos como materias primas para generar productos manufacturados. La riqueza se genera donde se consumen las materias primas, no donde se producen.

Es necesaria una reforma electoral que limpie y clarifique, simplifique y unifique los procesos de elección. Optimizar al número de legisladores, reducir los gastos y el tiempo de campañas. Eliminar los diputados de partido y fiscalizar el uso de recursos.

Hace falta una reforma laboral justa para la parte patronal y para los trabajadores. Que a los primeros les otorgue mano de obra confiable, estable y capacitada. Que sea capaz de producir calidad y que como consecuencia, contribuya a lograr mejores rendimientos. Que a los trabajadores les ofrezca salarios y prestaciones justas. Que les dé estabilidad actual y seguridad en su futuro.

Conclusiones

Más de la mitad de la población en México está en situación de pobreza. Desde el Gobierno se destinan fuertes y crecientes cantidades de recursos económicos como ayuda sin lograr impactar significativamente la calidad de vida en general. Aún incrementando potencialmente la inyección de recursos a las políticas sociales se conseguirá un impacto importante del IDH nacional.

De acuerdo a las teorías expuestas en este trabajo, la salida es activar la economía mediante la producción en el campo y la ciudad. Propiciar la creación de empresas que cumplan su triple función elemental. Generar fuentes de empleo estable, con salario y prestaciones a niveles de bienestar presente y futuro. Que ofrezcan al mercado productos y servicios de calidad y que, a cambio, generen atractivos rendimientos.

A este objetivo dirigir la atención, recursos y esfuerzos. Políticas dirigidas a este objetivo. Para ello se requiere voluntad y margen para maniobrar que deberá negociarse con la banca internacional debido a los compromisos contraídos por la deuda externa.

Es necesario un cambio en la política económica que implica un cambio general. Es tiempo. Estamos ante el riesgo de un estallido social.

Empresarialidad rural para el Progreso Social: El caso del municipio de Huehuetla Hidalgo

María de la Encarnación Cano Basave

Benito Ramírez-Valverde

Resumen

La estrategia de competitividad no excluye a las zonas rurales sino todo lo contrario. A pesar que las zonas rurales se caracterizan por tener un bajo nivel de desarrollo social y económico, la población necesita la oportunidad de mostrar sus potencialidades y el empoderamiento que posee. Se analizó el municipio de Huehuetla Hidalgo, el cual por tradición, se ha dedicado a la explotación del café sin consolidar una producción ni una comercialización eficiente. Actualmente, el 46.9 por ciento de la población sufre pobreza extrema y las condiciones de desarrollo empresarial son mínimas lo que obliga a que gran parte de la población migre y otros se encuentren desocupados. Se investigó sobre la organización y el emprendimiento que tiene el municipio. Los resultados muestran que existe motivación para conformar su propia empresa pero requieren financiamiento, entre otras cosas. Además, al 68.2 por ciento de la población, le gusta trabajar en equipo lo que implica que aún existe buena cohesión social que podría contribuir al desarrollo organizacional.

Palabras clave: pobreza, campesino, desigualdad

Introducción

En pleno siglo XXI, la palabra progreso nuevamente forma parte del léxico para garantizar el desarrollo social. El progreso se define como una mejora en la condición humana misma que desde hace décadas se ha buscado para ofrecer igualdad de oportunidades, disminuir la pobreza y el hambre así como elevar el nivel de vida de la población.

Si bien el progreso es la base fundamental para crear sociedades sostenibles aún no se logra concretar una medición exacta en este sentido. Comúnmente, sigue siendo el Producto Interno Bruto el parámetro que se considera para medir el crecimiento económico de un país sin evaluar la situación de prosperidad e igualdad que logra la población. De este modo, aunque hay países que su crecimiento económico es destacable, a nivel microeconómico no logra permear a todos los niveles lo cual señala una situación de desigualdad que posteriormente impide el progreso social.

Los efectos de la desigualdad involucran varios padecimientos como el no contar con las condiciones de seguridad social, prestaciones económicas, vivienda digna, educación, fuentes de empleo o con el simple derecho básico que es el garantizar la alimentación. Estas situaciones ubican a la población en desventaja formando un círculo vicioso de pobreza al evitar que los pobres incursionen en el mercado laboral y contribuyan a generar desarrollo en sus comunidades. Aunado a ello, el efecto psicológico de la población al no disponer de bienes materiales suficientes repercute en la felicidad.

Desde 1953, Ragnar Nurkse, un economista estadounidense, proponía que los gobiernos intervinieran activamente en la formación del capital (o de la inversión) y del ahorro

nacional. Sin embargo, con el neoliberalismo esta estrategia quedó fuera y dejó de lado a los más desfavorecidos. Si bien es cierto que los pobres tienen capacidad de ahorrar y sobretodo de pagar, los microcréditos y los servicios financieros escasamente llegan a ellos por los costos administrativos y la falta de garantías que poseen. En este mismo sentido, estudios del Banco Mundial (2013) pronostican que para el año 2030 por cada dólar que se invierta, 60 centavos se prestarán en naciones en desarrollo y sugieren que los países que promuevan el capital humano tendrán los mayores beneficios puesto que son los más pobres los que tienen dificultad de generar ingresos.

Lo anterior, señala la importancia del papel del gobierno para impulsar el desarrollo de la población marginada y así activar la economía mediante microcréditos que a su vez generen mayores ingresos, contribuyan a impulsar la formación de microempresas y propicien el progreso tan anhelado.

Para conocer más a detalle donde se inicia el —Progreso se hace una breve descripción del mismo. En este contexto, el progreso desde hace siglos ha sido parte de la esperanza, del anhelo de bienestar o una mejora en la condición humana. Aunque esta mejora es tan diversa como compleja puesto que involucra un grado del ser y tener para ubicarse en otro nivel, el cual puede alejarse cada vez más del deseado. A nivel país, el progreso social implica evolución de los habitantes por lo tanto es un proceso dinámico y en constante cambio.

Pero como asociar el progreso social y la Empresarialidad. ¿Será acaso que con la creación de empresas se puede crear valor en las comunidades? Si este caso es afirmativo entonces ¿Cómo crear valor donde debido a la falta de desarrollo es casi imposible que quiera

invertir una empresa? ¿El establecer empresas con valores neoliberales en el medio rural desarticularan la cultura y la identidad de estos pueblos? Para tomar una postura con relación a estas preguntas se describe a continuación los esfuerzos que se han logrado para mejorar la situación de la población.

En 1969, la Declaración sobre el Progreso y el Desarrollo en lo Social⁹² ya mencionaba de la importancia en reconocer el respeto de la dignidad y el valor de la persona humana. Empero las empresas consideraban que la responsabilidad social eran externas a ellas y por lo tanto el progreso social estaba fuera de su alcance. Posteriormente, las empresas participaron cada vez más en la economía de los países y de acuerdo a la teoría capitalista debían optimizar los recursos financieros, naturales, económicos a costa de lo que fuera. De este modo, los empleados eran parte del activo de la empresa y si bien se creaba valor este era sólo en el corto plazo pues no se lograba garantizar suficientes prestaciones y sueldos competitivos a quienes contribuían a maximizar el capital de la empresa. Así año tras año, el poder político y económico se generaba en las altas esferas del gobierno y las empresas sin considerar la situación que presentaba la mayor parte de la sociedad, lo cual afectó las políticas públicas y la toma de decisiones entorno al salario mínimo.

Hasta 1990, en Europa se desarrolla la Responsabilidad Social Corporativa con la finalidad de crear cohesión social y bienestar con los clientes, empleados, medioambiente y sociedad para garantizar un desarrollo social. Esta nueva forma de integrar valores éticos generó

⁹² La Declaración sobre el Progreso y el Desarrollo en lo Social proclamada por la Asamblea General en su resolución 2542 (XXIV), de 11 de diciembre de 1969 <<http://www2.ohchr.org/spanish/law/progreso.htm>> (25 de julio de 2014)

avances significativos, sin embargo, los que no formaban parte de la empresa como la sociedad en conjunto quedaban fuera del desarrollo.

Posteriormente, Michael Porter promovía la creación de valor compartido en donde la empresa colabora en el desarrollo de la sociedad bajo una estrategia de ganar - ganar (Mutis, n.f.)

Existen tres formas en que las empresas pueden crear valor compartido las cuales son: mediante la innovación al reinventar productos y mercados, al incrementar la productividad en la cadena de valor y al generar desarrollo de un cluster local.

En la medida que la empresa cree valor se promueven e incrementan los servicios de vivienda, salud, educación, entre otros que requiere la sociedad para su desarrollo. Estos beneficios se hacen tangibles en territorios y comunidades pues se desarrollan proveedores, se abastece el mercado interno y externo además que empresa, sociedad y gobierno trabajan de la mano. La empresa conoce y reconoce que en la medida que apoye a sus clientes y proveedores tendrá éxito económico y continuidad en el largo plazo.

Actualmente, Porter (2013) contribuye con el índice de Progreso Social (IPS) donde se mide el bienestar de las sociedades más allá de su nivel de riqueza. En el IPS lo que importa es la gente y mide tres dimensiones que son las necesidades humanas básicas, fundamentos del bienestar y oportunidades. En las —necesidades humanas básicas se ubican los siguientes indicadores: nutrición y cuidados básicos de la salud, acceso a agua y desagüe, acceso a vivienda, electricidad y seguridad; en el segundo pilar, destacan el acceso

al conocimiento (educación) y sostenibilidad del ecosistema; en la tercera dimensión se encuentran los derechos básicos, la libertad de elección, tolerancia e inclusión y acceso a educación superior.

Pero ¿qué relación tiene este índice con la Empresarialidad rural? El factor de importancia reside en que no sólo importa generar utilidades sino contribuir a que en el medio rural también se genere el desarrollo y el progreso social. Si bien el capitalismo ha dejado fuera a las zonas rurales es tiempo de crear valor donde aún quedan recursos naturales y empoderar a la población para transformar su comunidad. En la medida que exista organización y se mire al desarrollo de una manera integral se podrá garantizar mayor igualdad de oportunidades, mayores fuentes de empleo y a su vez confianza entre la gente para generar una comunidad de comunidades en lugar de ser simplemente una sociedad con lazos frágiles de integración.

Este artículo muestra la situación que enfrenta el municipio de Huehuetla, Hidalgo para salir de su condición de pobreza y donde la falta de acceso al microcrédito ha impedido que se detone el desarrollo de su población. Cabe mencionar que este municipio está considerado en la Cruzada Nacional contra el Hambre, una estrategia lanzada por el gobierno federal con el fin de garantizar la inclusión y bienestar social en los municipios más pobres del país.

A continuación se realiza una breve descripción de la situación del café a nivel nacional, se hace una breve reseña de las condiciones de la producción de este cultivo en el estado de Hidalgo y finalmente, se ahonda sobre el municipio de Huehuetla para valorar la situación

de rezago social y las oportunidades de desarrollo en relación a características de Empresarialidad.

La producción de café a nivel internacional

Si bien el café es un cultivo al cual se dedican más de 56 países, los principales productores como Brasil, Vietnam, Indonesia y Colombia producen más del 60 por ciento de lo que se consume en el mundo. Los precios internacionales a los cuales se cotizaba el café años atrás eran atractivos por lo tanto cada vez fueron más los productores que desarrollaron la actividad, una vez que cayó el precio del producto sólo los que estaban mejor organizados y que tenían la tecnología se quedaron en el mercado y dejaron de lado a varios pequeños productores que algunos casos era su única fuente de ingreso.

En México, ha ocurrido algo similar pues aunque ocupa el primer lugar en producción de café orgánico y el quinto lugar a nivel internacional, las plantaciones de café han sufrido varios estragos en una parte por la caída en el precio del grano, los efectos del cambio climático, la pobreza de las familias que producen y cuidan los cultivos y recientemente las enfermedades del café como la roya donde las estimaciones de producción para el 2014 prevén una disminución de hasta un 40 por ciento en la producción de café para la cosecha 2013-14 (Reuters, 2014)

Sin embargo, esta actividad sigue siendo de gran importancia tanto económica como social pues se desarrolla principalmente en comunidades indígenas del país. Los campesinos son los que cultivan los sembradíos de café pero los que menos perciben utilidades económicas, en algunos estados como Chiapas se ha promovido el comercio justo para impulsar la actividad y el desarrollo de comunidades indígenas pero aún los niveles de desigualdad y

pobreza ponen de manifiesto la dificultad de garantizar un verdadero desarrollo de la zona. Contrariamente a esta situación el café que se produce por manos y tierras mexicanas se disfruta en otros países como grano de primera calidad con utilidades importantes, de hecho este cultivo contribuye con más del 50 por ciento de los productos orgánicos que se exportan a otras naciones. Datos de la Sagarpa (2014) señalan que el café es la fuente de —empleo de más de 500 mil productores, en cerca de 690 mil hectáreas de 12 entidades federativas y 391 municipios; involucra exportaciones por 897 millones de dólares/año[...] y genera un valor en el mercado de 20 mil millones de pesos por año. Por otro lado, se estima que el consumo del café en el país se incremente a 1.85 kilogramos para el 2015 comparado con 1.43 kilogramos que se consumían en el 2010 (Benítez, 2014).

De la producción que se genera a nivel nacional el 84 por ciento se encuentra en los estados de Chiapas, Veracruz, Oaxaca y Puebla, el 15 por ciento se localiza en los estados de Guerrero, San Luis Potosí, Nayarit e Hidalgo y el 1 por ciento en Jalisco, Querétaro, Colima y Tabasco.

Hidalgo y la producción de café

En este caso, se hace énfasis en el estado de Hidalgo donde está ubicado el municipio de Huehuetla, el cual por tradición se ha dedicado a la explotación de café. El estado de Hidalgo es el sexto productor de este cultivo a nivel nacional y que se caracteriza por la atomización de las unidades de producción, la fluctuación en los precios internacionales y una baja productividad. Cabe mencionar que como ocurre en otros estados del país, la mayor parte de la población que se dedica a este cultivo es indígena, en el estado el 77% de los cafecultores hidalguenses lo son.

Tan sólo en el 2007, la inversión en pesos destinada al cultivo de café en el Programa de Apoyo al Fomento Productivo del café en la entidad fue de \$9,042,172.50 lo que representó el 2.07 por ciento del total invertido en doce estados de la República . Para el 2012, en ese mismo programa, la inversión fue únicamente de \$2,760,214.79, menos del 0.95 por ciento del total invertido. El número de productores y de hectáreas apoyadas también se vio afectado pues mientras en el 2007 se apoyaron a 24,585 productores con 12,976 hectáreas para 2012 sólo participaron en este programa 2,360 productores con 2,580.40 hectáreas. Estos datos demuestran la situación de productividad y competitividad que se encuentra en el estado de Hidalgo con relación al cultivo de café y donde se pone de manifiesto las condiciones de los productores que ante la baja de apoyos, financiamiento, capacitación y creación de valor han tenido que emigrar hacia cultivos más productivos en el mejor de los casos o migrar con el costo social de dejar su tierra, sus tradiciones y a su familia en busca de mejores oportunidades laborales.

Hidalgo, es el quinto estado expulsor de migrantes en el país, pues al no encontrar oportunidades de desarrollo en las comunidades y ante la escasa tecnología, pobreza, carencia de servicios y sobre todo ante la falta de ingresos que les permitan adquirir alimentos deben hipotecar sus tierras para garantizar su sobrevivencia. En este contexto, aunado a las crisis de precios del café, las tierras que años atrás eran altas productoras de café ahora están descuidadas y el abandono del campo se percibe pues la población prefiere dedicarse a otra actividad en lugar del sector primario. Las crisis económicas de otros países también repercuten en gran medida entre los más pobres pues si antes el vender los pocos activos que poseían les garantizaba el pagar el viaje y al llegar a otro país por lo menos conseguir un trabajo que les permitía enviar remesas en el corto plazo ahora deben invertir en el viaje y pasar más penurias en lo que encuentran un empleo. Esta condición la

padecen varios hidalguenses que en busca del sueño americano migran aunque es alarmante que cada vez más sean niños que se exponen a los riesgos de las migraciones ante la situación de pobreza que padecen los padres. De acuerdo a datos de la Secretaría de Gobernación, 365 niños hidalguenses fueron repatriados de los Estados Unidos en el 2013, de los cuales 284 viajaban completamente solos. Pero esta situación se padece en todo el territorio nacional lo cual pone de manifiesto la importancia de invertir en las capacidades humanas para que la pobreza no se siga transmitiendo de generación en generación sino al contrario se puedan conformar empresas mediante microcréditos para que la población no migre y encuentre en sus comunidades oportunidades laborales que les brinden seguridad y alimentación. A continuación, se describe la situación que enfrentan los habitantes del municipio de Huehuetla.

Huehuetla y la producción de café

Huehuetla se ubica en la región otomí tepehua en el Estado de Hidalgo. Este municipio está caracterizado por ser de alta marginación, donde el Índice de Desarrollo Humano es medio bajo y donde el escaso acceso a servicios públicos lo sitúa en una condición de rezago social, pero la situación más vulnerable es la falta de actividad económica lo cual motiva a que gran parte de la población este desocupada.

El municipio es el más importante en cuanto a producción de café en el Estado. El café en la región se transformó en un —cultivo de refugio, de primera necesidad para la subsistencia de los campesinos ante el deterioro comercial del maíz y el frijol, por ser poco costoso y ofrecer ingresos económicos con regularidad. Sin embargo, actualmente el precio del café ha caído abruptamente orillando a los productores a buscar fuentes alternas de

empleo para garantizar su subsistencia. Año con año, los habitantes de la región otomí tepehua emigran a la Ciudad de México, a Pachuca, Tulancingo, San Bartolo Tutotepec o a Estados Unidos en busca de mejores oportunidades para asegurar su permanencia y sobrevivencia pues la pobreza y marginación afecta a más del 46 por ciento de la población. Datos del Coneval (2012) señalan que en Huehuetla el 46.9 por ciento de la población padece pobreza extrema, el 39.5 por ciento sufre pobreza moderada y el 12 por ciento de la población es vulnerable por carencias sociales. Sólo el 1.4 por ciento no es pobre y no es vulnerable. En este municipio, la población hablante de lengua indígena, representa el 3.4 por ciento de la población indígena total del Estado y el 33.26 por ciento de la población es analfabeta.

En Huehuetla, el 41.20 por ciento de la población económicamente activa está ocupada; de este porcentaje el 85.93 por ciento son hombres y sólo el 14.07 por ciento son mujeres. La población se emplea principalmente en el sector primario (56.98%) seguido del sector terciario(29.70%) y finalmente en el sector secundario (12.21%). (SIIEH, 2010). Sin embargo, los ingresos que perciben por su actividad son mínimos ya que el 92.2 por ciento recibe menos de 2 salarios mínimos y únicamente el 4.9 por ciento que son los que trabajan en el municipio reciben entre 2 y 5 salarios mínimos.

Porter (2011) señala que tanto el desarrollo económico como el social son importantes para la competitividad. Si se pretende un verdadero desarrollo se debe trabajar de manera conjunta pues el desarrollo económico contribuye con los recursos mientras que el progreso social permite el desarrollo económico en ámbitos como el educativo, la salud, la igualdad de oportunidades y los derechos individuales.

Estas oportunidades y derechos difícilmente llegan a regiones como Huehuetla donde el bajo crecimiento económico, la falta de empresas, el inter mediarismo y la escasa educación de los habitantes generan un círculo de pobreza orillando a la falta de competitividad y productividad de las tierras agrícolas.

Por lo tanto, se analizan las posibilidades de desarrollo empresarial en la zona de Huehuetla y como esta puede contribuir a generar progreso social en las comunidades. Se tomó en consideración la opinión de los pobladores en relación al empoderamiento empresarial, se determinaron las actividades donde ellos perciben oportunidades de desarrollo que les permita salir de la pobreza y mejorar su calidad de vida.

Por otra parte, se les cuestionó sobre las necesidades o que recursos financieros, de infraestructura, materiales, tecnológicos y/o humanos requieren para ser más eficientes. Finalmente, se determinó si existe liderazgo, creatividad, iniciativa y capacidad de trabajo en equipo que les permita emprender nuevos negocios.

Metodología

Para elegir la muestra se tomó como base el número de habitantes y el número de viviendas que reporta el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2010). Con base en el número de hogares que se tienen registrados en Huehuetla que son 5666 se diseñó un muestreo cualitativo con varianza máxima ($p_n=.05$; $q_n=.05$), confiabilidad del 90% y precisión del 10%. El tamaño de muestra quedo definido en 66 jefes de familia entrevistados en 15 localidades para conocer la situación en que viven las familias en este municipio. Cabe mencionar que 30 cuestionarios se aplicaron en la localidad de Huehuetla considerada como urbana y 36 más en las localidades rurales aledañas.

Resultados y discusión

La edad promedio de los entrevistados fue de 50 años y reportaron haber asistido por lo menos 7 años a la escuela. Se encuestaron a 40 hombres y 26 mujeres, cuyas familias tienen en promedio 4 hijos. Se encontró que el 96.9 por ciento de los entrevistados no participa en ninguna empresa y sólo el 3.1 por ciento labora en una. Las empresas en las cuales trabajan son del sector servicios y estas son del ramo restaurantero y de transporte. Para determinar si en la comunidad existen empresas campesinas exitosas se les preguntó si conocían alguna a lo cual el 98.5 por ciento contestó negativamente.

Por otra parte, el 72.7 por ciento de los entrevistados mencionó que si le interesa participar en una empresa. El 19.6 por ciento le gustaría iniciar una empresa relacionada con la agricultura, el 31.4 por ciento relacionada a la ganadería, 19.6 por ciento una empresa de servicios, 27.5 por ciento una empresa de alimentos y el 2 por ciento mencionó que le gustaría tener una ferretería. Este resultado muestra que la mayor parte de las familias tienen interés en participar en una empresa que se dedique a actividades agropecuarias

Dentro de las principales necesidades que requieren para poner una empresa, el 84.1 por ciento mencionó que necesita alguna fuente de financiamiento, el 2.3 por ciento comentó que requiere beneficio húmedo para continuar con la producción del café, el 2.3 por ciento capacitación, el 2.3 por ciento equipo de cómputo, el 2.3 por ciento mencionó que requiere una estufa y una cocina, el 2.3 por ciento un taller de costura, el 2.3 por ciento mencionó que requiere un proyecto.

Con relación al tipo de maquinaria que requiere, el 40 por ciento mencionó que necesita picadoras, el 20 por ciento una cocina, el 10 por ciento maquinaria para el café, el 10 por ciento maquinaria de costura, el 10 por ciento tecnología para el café y el 10 por ciento un remolque.

Por otro lado, el 47.4 por ciento mencionó que su principal motivación es salir adelante con sus propios medios, 10.5 por ciento comentó que es ser mejor persona, 3.5 por ciento comentó que estaría dispuesto a hacer lo que sea para tener dinero, el 7.0 por ciento argumentó que requiere capacitarse, el 22.8 por ciento consideró como su principal motivación educar a los hijos, el 1.8 por ciento comentó que requiere obtener agua y alimentos y el 7.0 por ciento que el gobierno lo ayude a salir adelante.

En cuanto al trabajo en equipo el 68.2 por ciento le gusta trabajar en equipo y al resto no le interesa la colaboración de otras personas. El 14.5% se describe como motivador, el 1.8% como innovador, el 54.5% como trabajador, el 1.8% flojo, el 7.3% emprendedor, 20% con iniciativas. Por lo tanto, estas cifras son contundentes pues el 81.8 por ciento de las familias cree que puede cambiar su situación por ellos mismos.

Los resultados muestran que en el municipio de Huehuetla la población está ansiosa por contribuir al desarrollo de la comunidad aprovechando sus saberes empíricos. Si bien existen empresas en el sector servicios son muy pocas. Los habitantes de la región cuentan con amplias extensiones de terreno lo que permitiría dedicarse a actividades relacionados con la agricultura y la ganadería. La falta de recursos es muy palpable pues más del 80 % de la población entrevistada requiere de una fuente de financiamiento sin embargo la

motivación de salir adelante por sus propios medios está presente y es importante porque implica el trabajar y auto emplearse para salir de su condición social. Las alianzas entre vecinos favorecerían la creación de empresas exitosas.

Conclusiones

Las comunidades rurales forman parte del éxito o fracaso que tiene un país, es en estas regiones donde aún existen grandes extensiones de tierra para producir alimentos y detonar el crecimiento del sector primario. Los factores a considerar y que son detonantes del desarrollo son estimular la cultura empresarial, incrementar los apoyos gubernamentales a productores del sector social e incentivar el microcrédito para estimular el crecimiento económico en las zonas pues con base a los resultados obtenidos se puede apreciar que la población local no cuenta con incentivos suficientes lo que los expulsa de su territorio y los obliga a buscar mejores oportunidades a través de la migración para no sufrir hambre.

Es un hecho que para generar competitividad primeramente se debe aprovechar la mano de obra desocupada que abunda en la región y que tienen la iniciativa de colaborar para su propio desarrollo y el de su comunidad. Sólo mediante la creación de valor se puede estimular la inversión, la innovación y el desarrollo del municipio de Huehuetla. El gobierno estatal desde hace diez años ha impulsado el crecimiento de la región al construir caminos pavimentados, sin embargo el sector económico se ha dejado a un lado pues los apoyos que se han otorgado por ejemplo en el programa de apoyo al café no han permeado a los pequeños productores lo cual ha ocasionado su extinción limitando el cuidado de la tierra. No basta con vincular a los productores exitosos con empresas trasnacionales sino que se deben formar redes de valor que promuevan el desarrollo de clusters

agroalimentarios en el municipio de Huehuetla. Se ha invertido mucho en sustituir las plantaciones de café en el municipio, de crear centros de acopio, de apoyar en la automatización del cultivo sin consolidar resultados que generen ingresos para los habitantes de la región. Si bien es cierto que el precio del café ha caído y que los problemas de comercialización son cada vez mayores, es más enérgica la ausencia de redes de información y de colaboración empresarial que generen progreso social.

El reto en la Empresarialidad rural es la conformación de empresas con estrategias únicas que permitan contribuir al éxito y al desarrollo de la comunidad. La falta de recursos naturales en zonas urbanas ofrece una ventaja competitiva en las zonas rurales para producir alimentos y consolidar la producción de cultivos rentables.

En la medida que se active la economía de la zona con microcréditos que empoderen a la población en sus saberes se puede generar desarrollo y progreso social.

Bibliografía

Benítez García, Erika (2014). Transmisión de los precios internacionales del café con los precios que reciben los productores de la Sierra Norte de Puebla. Posgrado en Estrategias para el Desarrollo Agrícola Regional. Tesis de Maestría en Ciencias. Colegio de Postgraduados Campus Puebla.

Coneval (2012). Recuperado de http://www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Informes_pobreza/2014/Municipios/Hidalgo/Hidalgo_027.pdf

INEGI. Dirección General de Estadísticas Sociodemográficas. Censo de Población y

Vivienda 2010. www.inegi.org.mx

Mutis, Gustavo. Valor compartido, una estrategia empresarial de alto impacto recuperado

de http://www.liderazgoygestion.com/articulos_gm/valorcompartido.pdf

Porter, Michael. La creación de Valor Compartido. Harvard Business Review America

Latina.2011

Porter (2013) Índice de Progreso Social. Recuperado de

<http://www.socialprogressimperative.org/es/data/spi>

SIIEH (2010) recuperado de <http://siieh.hidalgo.gob.mx/PDFS/027%20Huehuetla.pdf>

<http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/michael-porter-nuevo-modelo->

[desarrollo-e-colaboracion;http://daccess-](http://daccess-)

ddsny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/259/32/IMG/NR025932.pdf?OpenEle

[ment; http://www.compromisoempresarial.com/carrusel/2013/10/indice-de-progreso-](http://www.compromisoempresarial.com/carrusel/2013/10/indice-de-progreso-social-una-nueva-forma-de-medir-el-bienestar/)

[social-una-nueva-forma-de-medir-el-bienestar/;](http://www.compromisoempresarial.com/carrusel/2013/10/indice-de-progreso-social-una-nueva-forma-de-medir-el-bienestar/)

<http://www.pacificrubiales.com.co/juntosconstruyendo/wwwroot/pdf/SharedValuein>

[Spanish.pdf; http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/05/15/developing-](http://www.pacificrubiales.com.co/juntosconstruyendo/wwwroot/pdf/SharedValuein)

[countries-to-dominate-global-saving-and-investment-but-the-poor-will-not-](http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/05/15/developing-countries-to-dominate-global-saving-and-investment-but-the-poor-will-not-)

[necessarily-share-the-benefits-says-report;](http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/05/15/developing-countries-to-dominate-global-saving-and-investment-but-the-poor-will-not-necessarily-share-the-benefits-says-report;)

<http://lta.reuters.com/article/domesticNews/idLTASIEA2000020140301;>

<http://www.sagarpa.gob.mx/agricultura/Documents/Cultivos%20Agroindustriales/I>

[mpactos%20Caf%C3%A9.pdf; http://sintesis.mx/articulos/17816/-ninos-migrantes-](http://www.sagarpa.gob.mx/agricultura/Documents/Cultivos%20Agroindustriales/I)

[deportados-de-estados-unidos/hidalgo](http://sintesis.mx/articulos/17816/-ninos-migrantes-deportados-de-estados-unidos/hidalgo)

Formas de pago y condiciones laborales en las minas de real del monte en los siglos

XVIII Y XIX

Mtro. Elías Gaona Rivera

Mtro. Eduardo Rodríguez Juárez

Introducción

El bienestar se relaciona con el nivel de vida de las personas, entendiendo este último, como el grado en que las personas satisfacen sus necesidades materiales de subsistencia, a través de sus ingresos, es decir, a mayor salario mejor bienestar material. De igual forma la salud es una expresión de las condiciones de vida y de bienestar de la población, no es ocioso señalar que mientras la población sea más saludable tendrá mejor bienestar. En este sentido pretendemos analizar las condiciones de vida y de bienestar de los mineros (barreteros) de Real Del Monte, de los siglos XVIII y XIX, a través de dos variables: 1) las formas de pago, y en particular los salarios nominales y 2) sus condiciones laborales y de salud. Hasta ahora sólo se han realizado trabajos que abordan ambas variables por separado.

Por tanto, los objetivos de este trabajo serán: 1) analizar las formas de pago los barreteros de Real del Monte, durante los siglos XVIII y XIX; y 2) determinar si el salario que se pagaba a éstos correspondía a condiciones laborales. La comunicación la dividimos en cuatro apartados: en el primero analizamos la importancia que tuvo Real del Monte para la minería mexicana, en el segundo estudiamos las distintas formas de pago que se realizaron

en aquella región: salario, partido y a pago a destajo. Los salarios mineros eran superiores a la media de salarios masculinos de la época, especialmente de los agrícolas. Esto ha llevado a algunos autores a calificar a los mineros como la aristocracia de los trabajadores. Creemos que los salarios deben contrastarse con las condiciones laborales. Por ello, en tercer lugar se revisan las condiciones de trabajo. Finalmente damos nuestras conclusiones.

1. Real del monte y su lugar en la minería mexicana del XVIII

Real del Monte se sitúa en la porción centro-este del actual estado de Hidalgo, a 105 kms de la Ciudad de México. El distrito de Pachuca - Real del Monte fue una de las principales zonas productoras de plata del centro del México colonial. A finales del siglo XVIII Real del Monte ocupaba el cuarto lugar por con la cuantía de plata extraída de la Nueva España, después de Guanajuato, Catorce (San Luis Potosí) y Zacatecas (De Humboldt, 2011, pág. 332).

Bernd Hausberger (1995, pág. 42) en su trabajo acerca de la industria minera novohispana entre 1761 y 1767, se refiere a Real del Monte como uno de los grandes centros productivos del Virreinato. Esto lo verifica con las cajas reales, en las cuales los funcionarios apuntaban los ingresos y egresos tal como entraban y salían de las cajas reales. Guanajuato ocupaba el primer lugar en ingresos con el 21.8 %, seguido de Durango (17.6 %), México (11.6 %) y Guadalajara (10.8 %). Pachuca ocupaba el 5º lugar con el 10.6 %. La zona de Pachuca contemplaba cuatro regiones: La ciudad de Pachuca, Real del Monte, Real de Atotonilco y Real de Capula.

La zona minera de Pachuca ocupaba el quinto lugar en las cajas reales, no obstante pensamos que Real del Monte ocupaba un mayor peso en relación con otros reales

mineros, no así con centros mineros. Humboldt (2011, pág.335), señalaba, —cuando se para la vista en la inmensa riqueza de un corto número de laboríos, por ejemplo, en la mina de la Valenciana y la de Rayas en Guanajuato, o en las vetas madres de Catorce, Zacatecas y Real del Monte, se advierte desde luego que producen más de 1 400 000 marcos en un espacio de terreno menor que el distrito de las minas de Fraibergl.

Ernest Sánchez (2002, pág. 127), — afirma - que: —a pesar de las cifras impresionantes de producción de plata generadas por minas como la Vizcaína (Real del Monte), la Quebradilla (Zacatecas), o la Valenciana (Guanajuato) no existía una —mina promedioll, y que, al lado de estos verdaderos gigantes de la producción, la característica dominante era la presencia de un gran número de pequeñas y medianas explotaciones diseminadas por un amplio territorioll.

El auge de estas minas y de otras más dio origen a un aumento de la producción minera en toda la Nueva España, el crecimiento de ésta,

—cuando menos, impresionante. De representar el 32 % de la producción mundial de plata, a finales del siglo XVII, Nueva España pasó a convertirse en el principal productor mundial de plata en el setecientos, llegando a representar el 60% de dicha producción a principios del siglo XIX, un lugar que era ocupado con anterioridad por la minería potosina Ernest Sánchez (2002, pág. 127) .

2. Formas de pago en la minería mexicana.

A lo largo de la historia de México, existieron distintas formas de pago para retribuir el trabajo de la extracción de minerales: 1) el pago a —partido‖ (parte de los minerales extraídos), 2) el pago en salario, 3) el pago en especie (alimento y habitación), 4) el pago a destajo, o bien 5) combinaciones de las dos primeras. Sin embargo, en Real del Monte, en el periodo de estudio, sólo se conocieron las formas: 1, 2 y 4, es decir, el pago en especie no se conoció o bien no se llevó a cabo, por tanto, quedará fuera de nuestro estudio.

2.1. El partido

Antes de ver lo que es el partido, tenemos que definir lo que era el tequio⁹³, el cual era la cantidad de costales de metal que debían de sacar los barreteros⁹⁴ en el tiempo de la tanda para devengar su salario. El número de costales dependía de la blandura o dureza de la veta y los asignaba el capitán de barras o minero que debía tener un perfecto conocimiento de los metales; y si habiendo cumplido con esta obligación, al barretero, le sobraba tiempo para seguir cortando y extrayendo metal, lo partía por la mitad con el dueño de la mina, que es lo que se conocía como partido. Después de haber cumplido el barretero con su jornada laboral de doce horas se les permitía a los mineros extraer mineral para su persona, el cual podían vender libremente para su propio beneficio.

Para los trabajadores mineros, —el partido‖ representaba la parte fundamental de sus ingresos, más que el salario per se (Chávez, 1960), —lo que en verdad atraía a los hombres

⁹³Tequio del náhuatl, tequitl, que quiere decir trabajo.

⁹⁴ El barretero era un operario de una mina, que por medio de la barreta desgajaba el mineral de la roca. Éste tenía que cubrir una tanda, es decir, una tarea dada o una cantidad de mineral o escombros, los cuales eran extraídos de galerías o pozos, durante un turno. También se le conocía a la tanda como la cantidad de días, que anualmente debían trabajar los indios en las minas (Alonso, 1995, pág. 214).

hacia las minas no era el salario, sino el hecho de que se les daba una comisión en forma de mineral, es decir el partido» (Brading, 2012, pág. 202).

En cada centro minero el partido adquirió distintas modalidades. —en Guanajuato y Real del Monte, una vez que el trabajador completaba su cuota diaria de mineral, obtenía el 50 por 100 de lo demás que extrajera durante el resto del día. La otra correspondía al patrón. ... En otros campos, en cambio, correspondía al trabajador un porcentaje sobre la totalidad del mineral extraído. En Zacatecas y más al norte, éste llegaba a una cuarta parte del total, pero en Tlalpajua José de la Borda sólo daba una doceava parte. En Real de Catorce, en los primeros tiempos, la proporción llegó a elevarse hasta la tercera parte, aun a la mitad, pero cuando los partidos eran tan grandes, los trabajadores generalmente no recibían salario» (Brading, 2012, pág. 203).

De acuerdo con Velasco (2004, pág. 585), —el partido obedecía a tres determinantes principales: la incapacidad monetaria y crediticia de los dueños de las minas, el carácter calificado y arriesgado del trabajo de los barreteros y, quizá lo más importante un mercado de trabajo sumamente restringido. Los partidos eran un aliciente para los trabajadores, quienes debían encargarse de las labores mineras más peligrosas y una manera de sustituir la falta de moneda».

Y Chávez (1960, pág. 27) afirmaba que —el partido era un acicate considerable, ya que un barretero además de los 4 reales de salario, se podía —granjear tres o cuatro pesos» de la venta de un buen partido».

2.2. Pago a destajo

El destajo era el pago en dinero por cantidad de trabajo. Fue con esta forma de pago con la que las empresas intentaron sustituir el ancestral sistema de partido. El destajo para los barreteros residía en el pago por vara⁹⁵ o metro longitudinal del tumba de mineral o bien abriendo tiros y cañones o colando tiros y cruceros⁹⁶ (véase **Cuadro 1**).

Cuadro 1

Cuadro 1. Lista de destajos de la mina Guatemotzin , 5 de enero de 1878							
Descripción del trabajo	destajeros	peones	precio por vara	varas a la semana	cms a la sem.	Total en pesos	Salario promedio destajeros
Colando el frente de Santa Sofía al Oeste	4	4	35	1.4	126	49	12.25
Colando el plan debajo de San Francisco	4	4	30	1.4	126	42	10.5
Colando el frente de San Pedro al Oeste	4	4	60	0.8	72	48	12
Colando el frente por el crucero de San Manuel al Norte	4	4	60	0.8	72	42.5	10.625
Colando el frente por el crucero poniente al Sur de San Miguel	2	2	20	2.3	207	46	23

Fuente: Elaboración propia con datos del AHMM, A.C. ; Sección: Explotación y beneficio, Serie: Informe minas, Subserie: Informe de minas II, Volumen 2

El pago por destajo se introdujo en Real del Monte hacia 1840 y se mantuvo hasta 1892. Sin embargo, a partir de 1875 y hasta 1892⁹⁷ van a coexistir, en las minas de Real del Monte y Pachuca, tres formas de pago de los barreteros⁹⁸: a destajo, por día y a partido. Los dos primeros se pueden constatar en las memorias de pagos, mientras que el último se

⁹⁵Una vara equivale a 0.8359 metros.

⁹⁶Tiro. Obra minera colada verticalmente. Pozo de entrada.

Cañón. -nivell o frente horizontal. En una mina existen diferentes niveles que se identifican por los metros de profundidad a que se encuentran en relación con el -brocall de la mina. (Reygadas, 2009, pág. 25).

Coladero. Boquete que se deja en el entropiso de una mina para echar por él los minerales al piso inferior y desde allí sacarlos afuera (Alonso, 1995, pág. 69).

Crucero. Veta que tiene un rumbo perpendicular a la dirección de las vetas principales paralelas. http://www.oocities.org/espanol/mi_llallagua/diccionario/c.htm

⁹⁷Sólo tenemos datos hasta 1892.

⁹⁸En los registros contables, entre 1840 y 1875, no aparece el nombre de barreteros, pero si el de destajeros, porque aquellos trabajaban sólo a destajo. A partir de 1876, van a aparecer registrados por separado, barreteros y destajeros, lo cual significó que los barreteros trabajaban a salario y por destajo.

verifica a través de varios escritos que dirige la Junta Directiva al Director de la Compañía en 1875, y a los cuales ya nos referimos más arriba.

A partir de 1840 y hasta 1875 los destajeros (barreteros) a van a predominar sobre el resto de los trabajadores mineros, tal y como lo ilustra el cuadro 2. A destajo los barreteros ganaban mucho más que por un día de trabajo de 50 centavos. En los primeros años de haberse adoptado este sistema aquéllos podían ganar un promedio diario de: 1.20 1.30, 1.50 o 3.80 pesos, según obra en las memorias del AHMM, A.C.,⁹⁹ y en el (**Cúadro 2** última columna). Pero en el último cuarto del siglo XIX podían ganar 8, 10, 12, 14 o hasta 23 pesos (véase **Cúadro 1**, última columna).

Cúadro 2

Cuadro 2. Salarios pagados a distintos trabajadores de la Mina la Vizcaína, 7 de septiembre de 1850					
N.	Empleados y trabajadore s	% de trabajadores	Pesos	% de gastos en salarios	Salario medio por trabajador (pesos)
4	Empleados a sueldo	1.8	61	6.5	15.3
13	Veladores y porteros	5.7	23.75	2.5	1.8
10	Pepena	4.4	36.125	3.9	3.6
3	Obras a fuera	1.3	4.5	0.4	1.5
4	Carpinteros y albañiles	1.8	19.75	2.0	4.9
26	Malacateros	11.5	221.5	23.6	8.5

⁹⁹ Sección: Negociaciones, Serie: Minas, Subserie: Minas Regla (Volúmenes: 12,13 y 14).

Destajeros					
122	(barreteros)	53.7	459.75	49.1	3.8
21	Peones	9.3	33.75	3.5	1.6
9	Ademadores	4.0	29.125	3.1	3.2
15	Socavón viejo	6.6	50.375	5.3	3.4
227	Suma	100.0	939.6	100.0	4.1

Fuente: Elaboración propia con datos del AHMM, A.C. ; Sección: Explotación y beneficio, Serie: Informe minas, Subserie: Informe de minas I, Volumen I

Al revisar los registros contables, podemos deducir que generalmente se contrataban grupos de barreteros por medio de un representante de éstos. Y se convenía, con cada uno, el precio de la vara en el lugar de trabajo asignado (que dependía de la dureza de la piedra que se iba trabajar).

Respecto al trabajo a destajo Guadalupe Nava alude, —es bien conocida la repugnancia del operario del país a trabajar a jornal fijo, siendo en cambio particularmente afecto a hacerlo por destajo (Nava, 1962, pág. 68).

2.3. Metodología de los Salarios nominales

Analizar la tendencia de los salarios nominales en México durante los siglos XVIII y XIX es complicado, debido a que éstos eran diferentes en cada una de las minas, regiones y empresas, además de que sólo aparece el pago de algunos operarios de aquéllas, y casi siempre los trabajadores mencionados son diferentes, ya sea por omisión, por falta de

información o bien porque van apareciendo nuevos oficios (véase Cúadro 3

Cuadro 3. Salarios percibidos por los mineros mexicanos en el siglo XVIII y XIX, según datos recopilados por diferentes autores.				
Diferentes minas de México en el siglo XVIII y XIX y su localización en los diferentes Estados de la República Mexicana	fecha	Salario en centavos por día	Número de trabajadores	Autor
Mina Santa Eulalia (Chihuahua) 1713-1729	1718		491	P. L. Hadley (1979)
La mayor parte de los jornaleros		25-50		
Minas de San José y Santa Teresa (Baja California)	1721			G. Ordoñez (1984)
Administrador		555		
Guardia minero		104		
Mina de San Bartolome (Chihuahua)				
Barretero		42		
Tanatero		25		
Azoguero en Guanajuato		50		
Cargador		66		
Peones		56		
Minas Zacatecas	1725			F. Langue (1991)
Arreador		37.5		
Cohetero		87.7		
Azoguero		150		
Administrador		200		
Peón de hacienda de campo		25		
Mineria La Peregrina (Zacatecas)	1753			L. Pérez (2003)
Los coheteros eran los mejor pagados				
Peones de agua los menos retribuidos				
Minas de Real del Monte (Hidalgo)	1766			L. Chávez (1978a)
Faeneros de minas		50		
Faeneros de socavones		50		
Peones		50		
Atecas		50		
Minas de Real del Monte	1770		2737	L. Chávez (1978b)
Barretero		50		
Jaltemador		50		
Fundidor		50		
Ademador		50		
Mina Valenciana (Guanajuato)	1803		3038	D. Brading (2012)
Barrenadores y barreteros		125		
Tenateros (cargadores)		62.2 100		
Peones		37.5 - 50		
Norieros		62.5		
Malacateros		75		
Faeneros (trabajadores de mantenimiento y perforación)		50		
Despachadores (de metal)		62.5 y 75		
Pepenadores (incluidas mujeres)		37.5		
Quebradores y cajoneros		50		
Jornaleros varios		50 y 75		
Real del Monte (Hidalgo)	1828			R. Randall (1969).
Barreteros		50		
Ademadores		50		
Carpinteros		50		
Peones		50		

).

Cúadro 3

Cuadro 3. Salarios percibidos por los mineros mexicanos en el siglo XVIII y XIX, según datos recopilados por diferentes autores.				
Diferentes minas de México en el siglo XVIII y XIX y su localización en los diferentes Estados de la República Mexicana	fecha	Salario en centavos por día	Número de trabajadores	Autor
Mina Santa Eulalia (Chihuahua) 1713-1729	1718		491	P. L. Hadley (1979)
La mayor parte de los jornaleros		25-50		
Minas de San José y Santa Teresa (Baja California)	1721			G. Ordoñez (1984)
Adminitrador		555		
Guardia minero		104		
Mina de San Bartolome (Chihuahua)				
Barretero		42		
Tanatero		25		
Azoguero en Guanajuato		50		
Cargador		66		
Peones		56		
Minas Zacatecanas	1725			F. Langué (1991)
Arreador		37.5		
Cohetero		87.7		
Azoguero		150		
Administrador		200		
Peón de hacienda de campo		25		
Minería La Peregrina (Zacatecas)	1753			L. Pérez (2003)
Los coheteros eran los mejor pagados				
Peones de agua los menos retribuidos				
Minas de Real del Monte (Hidalgo)	1766			L. Chávez (1978a)
Faeneros de minas		50		
Faeneros de socavones		50		
Peones		50		
Atecas		50		
Minas de Real del Monte	1770		2737	L. Chávez (1978b)
Barretero		50		
Jaltemador		50		
Fundidor		50		
Ademador		50		
Mina Valenciana (Guanajuato)	1803		3038	D. Brading (2012)
Barrenadores y barreteros		125		
Tenateros (cargadores)		62.2 100		
Peones		37.5 - 50		
Norieros		62.5		
Malacateros		75		
Faeneros (trabajadores de mantenimiento y perforación)		50		
Despachadores (de metal)		62.5 y 75		
Pepenadores (incluidas mujeres)		37.5		
Quebradores y cajoneros		50		
Jornaleros varios		50 y 75		
Real del Monte (Hidalgo)	1828			R. Randall (1969).
Barreteros		50		
Ademadores		50		
Carpinteros		50		
Peones		50		

Continúa

Real del Monte (Hace referencia a trabajadores ingleses)	1830-1849			R. Randall (1969).
Escala de salarios en las minas de Real del Monte				
Herrero		330-375		
Carpintero		270-330		
Motorista		220-241		
Empleado de hacienda		330-375		
Minero		241-291		
Excavador		291		
Guardalmacén		250-291		
Desaguadores		287-291		
Ademador		250		
Capataz de Galerías subterráneas		354-416		
Carretero		75-94		
Real del Monte (Hace referencia a trabajadores ingleses)	1830			I. Herrera, et al (1981).
Administrador de hacienda de beneficio		333-516		
Capitan de minas		333-516		
Doctor		333-516		
Mineros	1830-1850	150 - 316		
Herreros		150 - 316		
Maquinistas		150 - 316		
Fundidores		150 - 316		
Real del Monte (Hace referencia a trabajadores mexicanos)	1863			I. Herrera, et al (1981).
Barreteros		550		
Ademadores		500		
Peones de minas		350		
Pepenadores		290		
Fundidores		150 - 316		
Real del Monte (Hace referencia a trabajadores ingleses)	1874			I. Herrera, et al (1981).
Minero		666		
Herrero		266		
Capitan de pepena		283		
Ademador		280		
Maquinista		324		
Real del Monte (Hace referencia a trabajadores ingleses)	1885			I. Herrera, et al (1981)
Mineros		300-350		
Herreros		300-350		
Maquinistas		300-350		
Fundidores		300-350		
Mineros calificados		125- 225		
Peones no especializados		25-30		
Minería de Sultepec (Estado de México)	1880-1910			Brigida Von Mentz (2001)
Mineros especializados		400 o más		
Mineros menos calificados		60		
Minería El oro mining and Railway (Estado de México)				
Maquinistas		300- 400		
Mecánicos		300- 400		
Motoristas		300- 400		
Electricistas		300- 400		
Mina La Esperanza				
Trabajadores no calificados		60		
Peones de campo		25-31		

Fuente: Elaboración propia con datos de los autores.

Los salarios que aparecen en el Cuadro 3 se homogenizaron con el objetivo de facilitar su análisis, debido a que en las fuentes originales los salarios aparecen, en reales o su equivalente en pesos o centavos. Ocho reales, equivalían a un peso o bien a cien centavos. Además, en ocasiones los salarios aparecen por día, semanal o bien por mes. En el cuadro mencionado, se presentan los diferentes salarios que obtenían los mineros y se muestran todos calculados en centavos y el pago es por día.

Cuadro 3. Salarios percibidos por los mineros mexicanos en el siglo XVIII y XIX, según datos recopilados por diferentes autores.				
Diferentes minas de México en el siglo XVIII y XIX y su localización en los diferentes Estados de la República Mexicana	fecha	Salario en centavos por día	Número de trabajadores	Autor
Mina Santa Eulalia (Chihuahua) 1713-1729	1718		491	P. L. Hadley (1979)
La mayor parte de los jornaleros		25-50		
Minas de San José y Santa Teresa (Baja California)	1721			G. Ordoñez (1984)
Administrador		555		
Guardia minero		104		
Mina de San Bartolome (Chihuahua)				
Barretero		42		
Tanatero		25		
Azoguero en Guanajuato		50		
Cargador		66		
Peones		56		
Minas Zacatecas	1725			F. Langue (1991)
Arreador		37.5		
Cohetero		87.7		
Azoguero		150		
Administrador		200		
Peón de hacienda de campo		25		
Mineria La Peregrina (Zacatecas)	1753			L. Pérez (2003)
Los coheteros eran los mejor pagados				
Peones de agua los menos retribuidos				
Minas de Real del Monte (Hidalgo)	1766			L. Chávez (1978a)
Faeneros de minas		50		
Faeneros de socavones		50		
Peones		50		
Atecas		50		
Minas de Real del Monte	1770		2737	L. Chávez (1978b)
Barretero		50		
Jaltemador		50		
Fundidor		50		
Ademador		50		
Mina Valenciana (Guanajuato)	1803		3038	D. Brading (2012)
Barrenadores y barreteros		125		
Tenateros (cargadores)		62.2 100		
Peones		37.5 - 50		
Norieros		62.5		
Malacateros		75		
Faeneros (trabajadores de mantenimiento y perforación)		50		
Despachadores (de metal)		62.5 y 75		
Pepenadores (incluidas mujeres)		37.5		
Quebradores y cajoneros		50		
Jornaleros varios		50 y 75		
Real del Monte (Hidalgo)	1828			R. Randall (1969).
Barreteros		50		
Ademadores		50		
Carpinteros		50		
Peones		50		

, observamos que los autores (as) no realizaron series largas de los salarios nominales que

recibieron los mineros mexicanos, los datos son escasos, sin embargo, son de gran utilidad para analizar su tendencia. La serie más larga encontrada hasta ahora es la de INEGI, en Estadísticas Históricas de México¹⁰⁰, el cual presenta una serie denominada —Salarios mínimos diarios en minería, para algunas regiones y zonas geo Figuras, que comprende de 1877 hasta 1911. El inconveniente de esta serie es que no sabemos que operarios eran los que ganaban más o cuales menos. En 1877 el salario mínimo que aparece es de 22 centavos, hasta alcanzar 42 centavos en 1900, registrando una tasa de crecimiento promedio anual de 2.9 %.

En las minas había diferentes tipos de operarios, siendo uno de los más numerosos el de los peones de minas o tenateros¹⁰¹ y el de los barreteros. El primero no era un trabajo especializado, no obstante, para ser barretero se necesitaba determinada pericia en conocer la veta, seguirla, cortarla y desmontarla, por lo que podemos inferir de antemano que los segundos percibían un salario mayor que los primeros. En este trabajo nos enfocaremos en el análisis de los salarios de estos dos oficios, por dos razones: 1) la primera es que existen datos más completos de otros tipos de peones, es decir: a) peones de hacienda y b) peones de construcción; lo cual nos permitirá realizar un análisis comparativo acerca de sus respectivos salarios, con los salarios de los peones mineros; 2) El trabajo de los barreteros era clave en la minería y también, por fortuna, existen series más completas sobre sus salarios.

¹⁰⁰ Fuente: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), Estadísticas Históricas de México, en disco compacto.

¹⁰¹ En la mina de la Valencia aparece el trabajo de tenateros y el de peones por separado, siendo el salario de los primeros mayor que el de los peones (véase Cúadro 1).

Con los textos analizados, podemos afirmar que los salarios de los barreteros y de los peones mineros, se mantuvieron fijos por un largo periodo de tiempo, 1766-1828, es decir, 62 años. No obstante, éstos fueron superiores a los ingresos que percibieron los peones de hacienda y de la construcción.

2.4. Salarios nominales en Real del Monte, siglos XVIII y XIX.

De acuerdo con la información recabada del Archivo Histórico y Museo de Minería, Asociación Civil (AHMM, A.C.), el salario de los barreteros, 50 centavos diarios, se mantuvo constante entre 1766 y 1892 (véase Figura 2); excepto entre 1840 y 1874, en este último lapso el sistema de pago se realizó a través del pago a destajo.

Arriba señalamos que entre 1875 y 1892¹⁰² coexistieron en las minas de Real del Monte y Pachuca tres formas de pago de los barreteros: a destajo, a partido y por día; y como antaño, 1766-1839 (véase **Figura 1**), percibieron un jornal de 50 centavos, por día trabajado, sólo que ahora a los trabajadores se les descontaban los insumos utilizados en sus labores, por lo que su salario se veía dramáticamente reducido hasta en un 25 %. Así, por citar un ejemplo, en una memoria de gastos, fechada el cinco de noviembre de 1892, aparecen anotados los nombres de 22 barreteros, los cuales trabajaron cuatro días y ganaron por cada día 50 centavos, obteniendo por resultado un salario bruto de dos pesos. Y a cada uno se le restaron 50 centavos de gastos; así que su salario neto final fue de sólo 1.50 pesos¹⁰³.

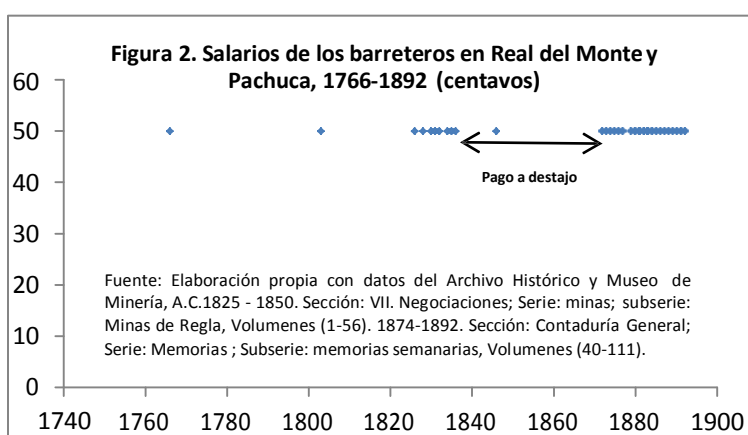
¹⁰² Sólo tenemos datos hasta 1892.

¹⁰³ Fuente: AHyMM, A.C.; Sección: Contaduría General; Serie: Memorias; Subserie: Memorias semanarias, Volumen (111).

Con pocos días trabajados, amén de los mismos salarios del siglo pasado y el cobro de los insumos; la situación de los trabajadores se tornaba cada vez más precaria.

Con el paso del tiempo el salario de los peones mineros que también era de 50 centavos comenzó a variar, estos podían ganar: 25, 37.5 o 50 centavos diarios; esta variación se pudo deber a las diferentes habilidades de los peones o bien a su experiencia.

Figura 1



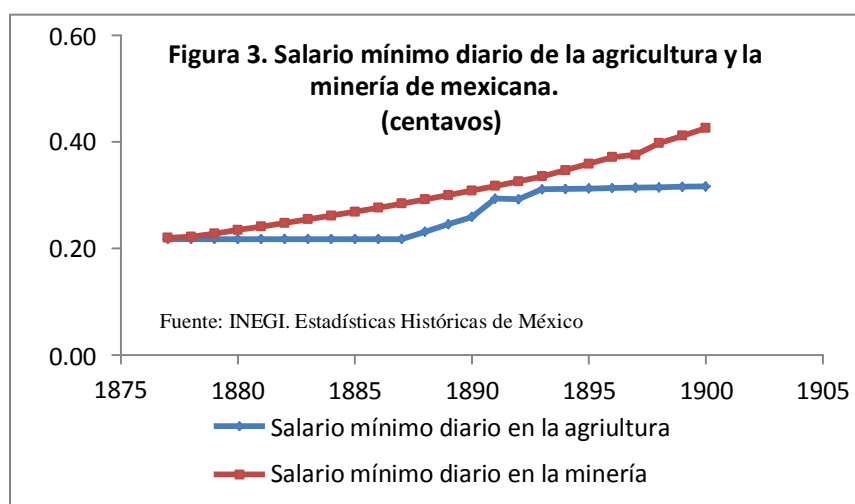
En otras partes de México los mineros también ganaban 50 centavos. Entre 1770 y 1780 los mineros de Sinaloa ganaban 50 centavos diarios¹⁰⁴. Sin embargo, los mineros de Baja California percibían 75 centavos por día. Estos últimos ganaban más debido a la escasez de mano de obra (Romero, 1998, pág. 124).

¹⁰⁴ El periodo de estudio del autor es de 1870 a 1880.

También Berstein afirma (1964, pág. 86), que los salarios en la minería mexicana durante el siglo XIX eran de 50 centavos al día, e indica que entre 1892 y 1902 los salarios en la minería se incrementaron de 27 a 33 %¹⁰⁵.

Esta tasa de crecimiento de los salarios en la minería contrasta con los cálculos que se realizaron con base en datos de las Estadísticas Históricas de México de INEGI¹⁰⁶, según los cuales la tasa de crecimiento promedio anual fue de 2.9 % entre 1877 y 1900 y el acumulado fue de 61.2, en el mismo periodo. De acuerdo con los mismos datos de INEGI, los salarios del sector minero continuaron siendo mayores que otros sectores económicos. En la **Figura 2** podemos apreciar como el salario mínimo diario en la minería era superior al salario mínimo diario en la agricultura de 1877 y hasta 1900. Podemos concluir entonces que en todo nuestro periodo de estudio, siglo XVIII y XIX, los salarios nominales de los mineros fueron superiores al de otros tipos de trabajadores.

Figura 2



¹⁰⁵ Saltamos de 1770 hasta finales del siglo XIX, debido a la carencia de información. Sin embargo, estos datos nos sirven para confirmar la tendencia de pagar 50 centavos, a través del siglo XVIII y XIX, a los trabajadores mineros, alrededor de México.

¹⁰⁶ Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), Disco Compacto.

2.5. Debate sobre si los mineros eran bien pagados.

Algunos autores escribieron sobre los salarios que percibían los mineros mexicanos, generando con esto, sin pretenderlo, un debate acerca de si los mineros eran bien pagados o no. Cuando apareció por primera vez, en 1822 en París, la obra de Alejandro de Humboldt *Ensayo político sobre el reino de la Nueva España*, el autoreescribía, — el minero mexicano es el mejor pagado entre todos los mineros; gana a lo menos de 25 a 30 francos¹⁰⁷ por semana de seis días, cuando el jornal de los que trabajan al aire libre, por ejemplo en la agricultura, es de ocho francos escasos en la Mesa Central, y de nueve y medio cerca de las costas¹⁰⁸ (De Humboldt, 2011, pág. 370).

Además manifiesta que el trabajo del minero es absolutamente libre en todo el reino de la Nueva España y que a ningún indio o mestizo se le podía forzar a dedicarse al laborío de la mina. En este mismo sentido Brading señala que

—los trabajadores mineros de México, lejos de haber sido los peones oprimidos que la leyenda nos presenta, constituían una fuerza laboral libre, bien pagada y geográficamente móvil que en muchas regiones era prácticamente socia de los patrones (Brading, 2012, pág. 201).

¹⁰⁷ 25 francos equivalían a 70 centavos (5.6 reales) y 30 francos equivalían a 95 centavos (7.6 reales). Cálculos propios con base en las notas y anexos que realiza Juan A. Ortega y Medina dentro de la obra de Humboldt (2011, pág., CXLIII).

¹⁰⁸ La afirmación que hace Humboldt en cuanto a las diferencias salariales podría ser cierta, ya que en la actualidad en México existe el salario mínimo, sin embargo, éste es diferente en cada región geográfica, ya sea A ó B. Antes del 23 de noviembre del 2012 existían tres zonas o regiones: A, B y C. La región A percibe un salario mínimo mayor que la región B. El área geográfica A está integrada por: Baja California, Baja California Sur, Guerrero, Chihuahua, Distrito Federal, Jalisco, Estado de México, Nuevo León, Sonora, Tamaulipas y Veracruz. En la región B se encuentra el resto de los Estados de la República Mexicana.

En oposición a los dos últimos autores mencionados, arriba, se encuentra Rafael Carrillo Azpeitia, cuando manifiesta —Dadas las largas horas que tenían que permanecer en la mina....., su exiguo salario apenas les alcanzaba para pagar los alimentos que adquirirían en la propia mina (Carrillo, 1981, pág. 91).

En el mismo sentido Chávez (1978a, pág. 17), señala —El apogeo industrial de las naciones económicamente más poderosas se debe, en parte, a la contribución forzada de los salarios bajos que se pagan en las colonias. México, que históricamente ha sido fuente de materias primas, no pudo sustraerse durante mucho tiempo a este fenómeno especiall.

En otras obras, tal y como se señaló más arriba, Chávez (1960) y Brading (2012) señalaban que el salario de los barreteros era poco, mientras que el partido constituía la parte más importante de sus ingresos.

En otro sentido, Rafael Dobado (2009), realizó una comparación entre los salarios que recibían los trabajadores mineros de la mina la Valenciana (Guanajuato), en 1803, con trabajadores de otras ciudades alrededor del mundo: Massachusetts, Inglaterra, Ámsterdam, Almadén, Amberes, Estrasburgo, Estambul, Gdansk, Leipzig y Milán; y concluyó que los salarios en el sector minero en la economía tardo-colonial mexicana eran muy altos en perspectiva internacional comparada.

Los salarios más altos de la mina la Valenciana eran 25% superiores a los de Massachusetts, 54% más altos que los de Inglaterra, 61% más elevados que Ámsterdam y

Almadén, 64 % superiores a Amberes y Estrasburgo, 66% más altos que Estambul y 84 % superiores a Leipzig y Milán¹⁰⁹.

Independientemente del debate, acerca de si los mineros era bien pagados o no, lo cierto es que existió un largo periodo de conflictos laborales derivado, en parte, por el agotamiento de los ricos minerales, la pérdida de esplendor de las minas; y un salario que prevaleció inalterable desde mediados del siglo XVIII y todo el siglo XIX. Esta situación provocó pobreza entre la población, a pesar de tener ingresos como el partido. Eduardo Flores Claire nos dice que —las familias empezaron a emigrar, los comerciantes cerraron sus negocios, todos huían del hambre; solo unos cuantos se apegaron a la tierra. Los desocupados deambulaban por las calles y suplicaban que se les socorriera para poder sobrevivir. Al cabo de poco tiempo, el esplendor de los ricos minerales se había agotado y el pueblo se vio sumido en una terrible miseria (Flores, 1991, págs. 181-182).

Condiciones de trabajo de los mineros del siglo XVIII Y XIX

Von Mentz (2001, pág. 586) describe a los trabajadores mineros como —trabajadores de elite¹¹⁰, mientras que Frédérique Langué (1991, pág. 464) ¹¹¹ los señala como la —aristocracia del trabajo. Ambos autores les denominan con esos calificativos, según ellos, por los altos salarios, que percibían. Sin embargo, vamos a analizar las condiciones de trabajo de los mineros para ver si éstos eran de elite o aristócratas del trabajo.

¹⁰⁹ Los porcentajes se calcularon con base en datos de Dobado (2009).

¹¹⁰ Los trabajadores a los que se refiere Von Mentz eran: maquinistas, mecánicos, motoristas, electricistas, etc.

¹¹¹ El autor hace referencia a los trabajadores mineros del siglo XVIII.

Francisco Javier Gamboa, Alexander Von Humboldt, Langue y Robert West, y escribieron acerca de las condiciones de trabajo de los mineros del siglo XVIII. Francisco Javier Gamboa¹¹² describe las condiciones de trabajo de los mineros en los siguientes términos:

—Son éstas (las minas) unas cavernas húmedas, sofocadas, oscuras, y no se alienta en ellas sino el vapor nocivo; los riesgos de la vida en el ascenso, descenso y derrumbamiento amedrentan; desnudos y erizados los operarios y cargados de pesadas barras y metales; frecuentes las enfermedades y la corrupción; venenosas las fundiciones y las azogueras, incurables y a cada paso las dolencias entre humedades, fuego y vapores. Hace todas las penas de un infierno, según la grave descripción de Pluto, que aún pone por más excesivas las penas y duros los trabajos de las minas. Las que han servido de castigo a los esclavos, de tormento a los mártires y de venganza los tiranos!(Gamboa, 1982, págs. 302-303).

Alexander Von Humboldt comentaba, —es digno de observación cómo los mestizos y los indios empleados en llevar el mineral a hombros, y a los cuales se les da el nombre de tenateros, permanecen cargados durante seis horas con un peso de 225 a 350 libras¹¹³, en una temperatura muy alta y subiendo ocho o diez veces seguidas sin descansar, escaleras de 1800 escalones.... Con todo el trabajo, el trabajo que más rápidamente destruye las constituciones más fuertes es el de los barrenadores¹¹⁴ que hacen saltar la roca por medio de

¹¹² Francisco Javier Gamboa fue una figura importante en los ramos mineros y metalúrgicos del siglo XVIII. Fue un criollo mexicano, el cual nació en Guadalajara en donde estudió en el Colegio de San Juan, luego en el Colegio de San Idelfonso de México y finalmente en la Universidad capitalina, donde alcanzó el grado de licenciado en Jurisprudencia. A los pocos años de empezar a ejercer la abogacía llegó a ser considerado un distinguido jurista criollo de fama. Nos dice Manuel Castillo Martos (Castillo, 2006, págs. 153-154) que —su trabajo de abogado en México le había ocupado en pleitos mineros en la Audiencia de la Nueva Galicia y eso hizo que se despertara en él interés por el ramo minero y metalúrgico, interés que le conduce a estudiar profundamente toda la problemática referente a ello. De esa inquietud surge la publicación, en 1761, *Comentarios a las Ordenanzas Mineras*”

¹¹³ Equivalentes a 102 kilos con 150 gramos y 158 kilos y 900 gramos, respectivamente.

¹¹⁴ Al parecer se utilizaba indistintamente el oficio de barrenador y barretero. Ricardo Alonso (1995, págs. 37-38) nos dice que los términos barrena y barreta se usan confusamente como sinónimos. Debería reservarse barrena y barrenador

la pólvora, rara vez pasan los treinta y cinco años, si el deseo de ganar los empeña en su penoso trabajo toda la semana seguida; por lo común siguen en este oficio cinco o seis años, y después se dedican a otras ocupaciones menos perjudiciales a la salud (Humboldt, 2011, pág. 49).

Langue nos dice que los trabajadores mineros desempeñaban su oficio en condiciones difíciles y penosas, por lo cual cambiaban de ocupación con frecuencia en el complejo productivo integrado por las minas y las haciendas de beneficio (Langue, 1991, pág. 479)

Para West las —enfermedades y accidentes eran frecuentes en las minas coloniales, los trabajadores eran a menudo aplastados por desprendimientos de los techos de los socavones, y la usual jornada de doce horas (de sol a sol) en las minas, llevaba a la fatiga y a la disminución de la resistencia al contagio. Los trabajadores mineros contraían enfermedades de la garganta (incluido el envenenamiento por monóxido de carbono) por respirar aire nocivo y humo de vela y fogata (West, 2002, pág. 63).

A lo largo del siglo XIX las condiciones de inseguridad e insalubridad de los mineros no variaron mucho, pues los riesgos de accidentes y las enfermedades a que estuvieron expuestos, al extraer los minerales, no disminuyeron con el paso del tiempo. Nunca estuvieron exentos de constantes amenazas en contra de sus vidas, ya que desde el mismo momento en que descendían a la mina a través de los tiros estaban expuestos a los más comunes accidentes y enfermedades.

para la herramienta y obrero que hace el agujero para colocar el explosivo, mientras que barreta y barretero para la herramienta y obrero que libera mineral volado para sacarlo fuera de la mina.

En 1872 el profesor, Antonio del Castillo, solicitó permiso por escrito, a los miembros de la junta directiva de la Compañía Real del Monte y Pachuca, para visitar él y sus alumnos las minas y haciendas de beneficio. El Director de la compañía, Julián Mello, le contestó lo siguiente: —Los empleados principales de la negociación tienen diariamente que vigilar y practicar importantes operaciones que no admiten dilación sin perjudicar el resultado financiero de ella. Una mitad de estos empleados sufren en su salud fuertemente, las consecuencias del trabajo incesante, y la otra mitad, con frecuencia, tiene que tomar sobre sí, atender la parte del trabajo que corresponde a aquellos. En esta situación no me es practicable. Dedicar los empleados inteligentes, para que acompañen a U. y alumnos, en sus frecuentes visitas a los establecimientos de que se compone la negociación; tampoco conviene atendidos los riesgos que son inherentes a las minas y más para los visitantes que no han practicado la minería y que les son desconocidas las minas, que deseen examinar, que las visitas se han hechas sin la compañía de los empleados que tienen a su cargo las operaciones. Siento mucho que los señores de la junta directiva, al dar a U. la carta que me presenta, no hayan tenido presente, la triste situación de sus empleados, y la imposibilidad de atender los deseos de U., porque esto me obliga, aunque con pena a manifestarle, que no son practicables, por el momento las visitas a los establecimientos de la negociación¹¹⁵.

A continuación, presentamos una narración de un minero más o menos del mismo periodo: —Tenemos que bajar ochocientas varas y subir otras tantas a plomo de la profundidad del tiro, y también subir y bajar en las distintas labores donde nos toca trabajar. En el resto del día, soportamos la ropa mojada por la abundancia de agua que escurre en la mina;

¹¹⁵ Fuente: Archivo Histórico y Museo de Minería A.C.; Fondo: siglo XIX, Sección: Junta directiva, Serie: Dirección a la junta directiva, Subserie: Dirección a Junta directiva; Carta de 18 de enero de 1872.

manifestando a la vez que hay labores donde el calor nos consume, que es necesario quitarnos la ropa para exprimirla, por esto se nos ve pálidos, extenuados y endebles, siendo otros motivos de nuestras enfermedades los gases de los metales y la falta de respiración momentáneamente; llega la hora de salir al estar sudando, y parar por camino donde el agua baña nuestro cuerpo ... Todos nosotros, en general, comprendemos que nuestra vida es corta y miserable, porque esta tarea es sumamente fuerte, pues tenemos que barrenar dos cohetes entre dos hombres de tres cuartas de vara, ya de plan, ya de cielo o ya de frente: el humo de la pólvora y el polvo de la piedra nos lastima el pecho y el pulmón que a los diez o doce años, los que no morimos, quedamos a pedir limosna para pasar los pocos días que nos restan. (Cosío, 1974, Tomo III, págs. 418-419)

Conclusiones

El salario nominal, 50 centavos, de los mineros de Real del Monte, a lo largo del siglo XVIII y XIX, fue siempre superior al de otras actividades y oficios. A pesar de haberse mantenido fijo durante más de 130 años. Por tanto, algunos autores tienen razón en denominarles: —trabajadores de elite o —aristocracia del trabajo. Por otro lado, el salario no era la única fuente de ingresos de los mineros, éstos contaban con recursos extraordinarios: el partido, del cual se podía obtener trescientos o cuatrocientos centavos adicionales semanales en el siglo XVIII, viéndose mermado en el último cuarto del siglo XIX, porque los trabajadores sólo recibían trescientos o trescientos cincuenta centavos, pero quincenalmente.

Los salarios nominales nunca se incrementaron, como tampoco mejoraron las condiciones de trabajo de los trabajadores mineros. En el siglo XVIII existía una relación más o menos de igualdad entre el total de los ingresos percibidos y las condiciones de trabajo de los mineros, es decir, aceptaban su salario. No obstante, a medida que corría el siglo XIX, la relación se fue tornando desigual, porque los ingresos totales devengados, día con día, eran menores, mientras que las condiciones laborales, peligros, enfermedades y defunciones continuaban. En este sentido los mineros perdían bienestar a través de sus percepciones, mientras que las condiciones de vida reflejadas a través de la salud se mantenían.

Hasta ahora sólo se habían realizado trabajos que abordaban el salario y la salud por separado, sin embargo, este trabajo conjunta ambas variables en aras de tener una visión más completa e integral de su situación.

En el caso de los salarios nominales se tienen estudios de éstos, pero abarcan lapsos de tiempo cortos, por tanto, la importancia de este trabajo radica en aportar una serie larga de los salarios nominales de uno de los trabajadores clave de las minas: los barreteros y sus condiciones de trabajo.

Bibliografía

- Alonso, R. (1995). Diccionario minero: glosario de voces utilizadas por los mineros de Iberoamérica. Madrid: Museo Natural de Ciencias Naturales.
- Bernstein, M. (1964). A study of the interaction of politics, economics, and technology. New York: State University of New York.

- Boorstein, E. (2003). *The Silver King: The Remarkable of the Count of Regla in Colonial Mexico*. Albuquerque: TheUniversity of New Mexico.
- Brading, D. (2012). *Mineros y comerciantes en el México borbónico (1763-1810)*. México: F.C.E.
- Canterla, F., & De Tovar, M. (1975). *Vida y obra del primer conde de Regla, Volumen 1*. Sevilla: Escuela de Estudios Hispano- Americanos.
- Carrillo, R. (1981). *Ensayo sobre la historia del movimiento obrero mexicano, 1823-1912, tomo I*. México: CESHMO.
- Castillo, M. (2006). *Grandes figuras de la minería y la metalurgia virreinal*. Cádiz: Univesidad de Cádiz.
- Chávez, L. (1960). *Conflicto de trabajo con los mineros de Real del Monte*. México: Biblioteca del Instituto de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana.
- Chávez, L. (1978). *La situación del minero asalariado en la Nueva España a fines del siglo XVIII*. México: CEHSMO.
- Chávez, L. (1978a). *Los salarios y el trabajo en México durante el siglo XVII*. México: CEHSMO.
- Cosío, D. (1974). *Historia Moderna de México*. México: Hermes.
- De Humboldt, A. (2011). *Ensayo político sobre el reino de la nueva España*. México: Porrúa.
- Dobado, R. (2009). *Herencia colonial y desarrollo en Iberoamérica*. Madrid.
- Flores, E. (1991). *Conflictos de trabajo de una empresa minera, Real del Monte y Pachuca 1872-1877*. México: INAH.
- Gamboa, F. (1982). *Comentarios a las ordenanzas de minas dedicados al católico rey nuestro señor, don Carlos III*. México: Consejo de Recursos Minerales.

- Hadley, P. (1979). *Minería y sociedad en el centro minero de Santa Eulalia, Chihuahua (1709-1750)*. México: FCE.
- Hausberger, B. (1995). —La minería novohispana vista a través de los libros de cargo y data de la Real Hacienda (1761-1767)ll. *Estudios de Historia Novohispana*, núm 15., 36-66.
- Herrera, I. (1981). *Etnia y clase, los trabajadores ingleses de la Compañía Real del Monte, 1824-1906*. Méxio: INAH.
- Langué, F. (1991). —Trabajadores y formas de trabajo en las minas Zacatecanas del siglo XVIIIll. *Historia mexicana*, 463-506.
- Nava, G. (1962). —Jornales y jornaleros en la minería porfirianall. *Historia mexicana*, 53-72.
- Ordoñez, G. (1984). Algunas consideraciones sobre el trabajo asalariado de criollos y españoles en las minas, en el México colonial del siglo XVIII. En J. L. Soberanes, *Memoria del III Congreso de Historia del derecho mexicano* (págs. 459-472). México: UNAM.
- Pérez, L. (2003). *Familia, poder, riqueza y subversión: los Fagoaga novohispanos 1730-1830*. México: Universidad Iberoamericana.
- Randall. (1969). *Real del Monte: Una empresa minera británica en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Romero, J. (1998). *La minería en el noreste: estancamiento y desarrollo (1870-1880)*. México: Instituto Mora.
- Sánchez, E. (2002). —La minería novohispana a fines del periodo colonialll. *Estudios de Historia Novohispana*. Vol. 27, No 027. UNAM
- Velasco, C. (2004). Los trabajadores mineros en la Nueva España, 1750-1810. En E. Cárdenas, *Historia Económica de México* (págs. 563-587). México: FCE.

Von Humboldt, A. (2011). Ensayo político sobre el reino de la Nueva España. México: Porrúa.

Von Mentz, G. (2001). —Trabajo minero y control social durante el porfiriato. Los operarios de dos poblaciones contrastantes. Historia Mexicana, 555-607.

West, R. (2002). La comunidad minera en el norte de la Nueva España: El distrito minero de Parral. Chihuahua: Gobierno del Estado de Chihuahua.

Impacto de la alfabetización y los créditos para vivienda en la pobreza de los municipios hidalguenses en el 2010

Marian Arely Hernández Cervantes

El Colegio del Estado de Hidalgo, Maestrante en Planeación y Desarrollo Regional.

Resumen

Este trabajo representa un análisis de la relación existente entre el porcentaje de pobreza, el porcentaje de alfabetización y la cantidad de recursos económicos destinados a créditos para la adquisición de vivienda, que permite establecer los municipios con mayor analfabetismo y como es que esta condición les genera mayor pobreza y que esta pobreza no se refiere a la patrimonial¹¹⁶ ya que la adquisición de vivienda por medio de créditos no es significativa para la reducción de la pobreza en los municipios. Y así mismo podemos destacar el impacto de la alfabetización de los municipios y como coincidentemente los que tienen menor porcentaje en saber leer y escribir también son los municipios más pobres. En general la adquisición de créditos para vivienda no causa efecto de reducción de la pobreza en los municipios del estado de Hidalgo. Y por lo tanto no se da el crecimiento económico esperado.

Palabras clave: Pobreza, vivienda, alfabetismo, crecimiento económico

¹¹⁶Pobreza por patrimonio. Insuficiencia del ingreso para adquirir la canasta alimentaria y efectuar los gastos necesarios salud y educación, vestido, vivienda y transporte, aun si se hiciera uso de todo el ingreso disponible en el hogar exclusivamente para la adquisición de estos bienes y servicios.

Introducción

Hidalgo cuenta con dos millones seiscientos sesenta y cinco mil dieciocho habitantes de los cuales como podemos ver en el anexo 1 existen más mujeres que hombres en este estado y donde la mayor cantidad de población se encuentra aglomerada entre las edades de entre 15 y 19 años de edad. La geografía de esta entidad ha propiciado una dispersión de sus habitantes por todo el territorio lo que hace un tanto difícil que estos se alleguen de todos los servicios que necesitan para subsistir.

El modelo planteado surge de la necesidad de un análisis de distinto enfoque al que se maneja en el gobierno donde en las políticas públicas se dirigen principalmente a temas alimentarios. Y derivado de la teoría de la pobreza del bienestar en donde se toman en cuenta las necesidades básicas como lo es: (la alimentación, la vivienda, la educación, la salud) es así que para este únicamente tomaremos dos variables de este corte para analizar su correlación con la pobreza.

“Atender las necesidades de alfabetización desde la primera infancia se torna en un desafío que puede ser un buen punto de partida para asegurar que los niños se incorporen y permanezcan exitosamente dentro del sistema educativo.” (Di vito & M. Barak, 2014)

Comenzaremos por definir Pobreza o pobreza multidimensional. —*Una persona se encuentra en situación de pobreza cuando tiene al menos una carencia social (sea ésta rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, servicios básicos en la vivienda o acceso a la alimentación) y su*

ingreso es insuficiente para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades alimentarias y no alimentarias.¹¹⁷

En México El 46.2% de la población vive en condiciones de pobreza y el 10.4% vive en condiciones de pobreza extrema¹¹⁸.

Ante esta problematiza encontramos que hay políticas públicas que procuran el bienestar de la sociedad mexicana, aun así estas podrían no son muy eficaces en la solución del problema, lo cual nos permite realizar análisis como este con el objetivo de revisar las variables que podrían explicar el comportamiento de la pobreza en nuestro estado y en cada uno de sus 84 municipios.

Por lo cual en este estudio analizaremos la relación existente entre variables como inversiones en créditos para vivienda, porcentaje de pobreza y el porcentaje de alfabetización de cada municipio del estado de Hidalgo.

Este análisis deriva en nuevas propuestas que se puedan adaptar a las de las políticas públicas ya existentes o propicien otras políticas que coadyuven en la mejoría de cobertura de necesidades básicas, que renueven a la sociedad en pro de un mayor crecimiento económico¹¹⁹ Ver anexo 2 (variables).

¹¹⁷ Definición del plan Sectorial de Desarrollo Social 2013-2018. Del gobierno federal

¹¹⁸ Una persona se encuentra en situación de pobreza extrema cuando tiene tres o más carencias, de seis posibles, y que además se encuentra por debajo de la línea de bienestar mínimo. Las personas en esta situación disponen de un ingreso tan bajo que, aun si lo dedicasen por completo a la adquisición de alimentos, no podrían adquirir los nutrientes necesarios para tener una vida sana.

¹¹⁹ Definición del BM **Crecimiento económico**. Cambio cuantitativo o expansión de la economía de un país. Según los usos convencionales, el crecimiento económico se mide como el aumento porcentual del [producto interno bruto \(PIB\)](#) o

Este análisis se realizó con la ayuda del programa SPSS versión 18

1. Planteamiento de la teoría o hipótesis

Con el siguiente análisis se buscara comprobar que tipo de impacto se tiene de la combinación de ciertas variables comprendidas y en los casos más destacados analizar a esos municipios de manera particular.

[...] la pobreza está relacionada con el grado de satisfacción de las llamadas necesidades básicas, [...] que comprenden "una canasta mínima de consumo individual o familiar (alimentos, vivienda, vestuario, artículos del hogar), el acceso a los servicios básicos (salud y educación, agua potable, recolección de basura, alcantarillado, energía y transporte público)" (Romero, 2002)

2. Especificación del modelo matemático

Donde:

Pb: Porcentaje de la población en condición de pobreza de cada municipio del 2010.

V1: Es el porcentaje de alfabetización municipal del 2010.

el [producto nacional bruto \(PNB\)](#) en un año. Puede ocurrir de dos maneras: una economía puede crecer de manera "extensiva" utilizando más recursos (como el [capital físico](#), [humano](#) o [natural](#)) o bien de manera "intensiva", usando la misma cantidad de recursos con mayor eficiencia (en forma más productiva). Cuando el crecimiento económico se produce utilizando más mano de obra, no trae como resultado el aumento del ingreso por habitante; cuando se logra mediante un uso más productivo de todos los recursos, incluida la mano de obra, trae aparejado un incremento del ingreso por habitante y la mejora del [nivel de vida](#), como promedio, de la población. El crecimiento económico intensivo es condición del [desarrollo económico](#).

V2: Total monetario otorgado en créditos por municipio para la adquisición de vivienda durante 2010.

2,84: se refiere a que contamos con dos variables y con 84 observaciones

3. Especificación del modelo econométrico

4.

() () ()

Que al ser sustituido por los valores de los estimadores resultantes nos quedó de esa manera:

Donde:

Pb: Porcentaje de la población en condición de pobreza de cada municipio del 2010.

V1: Es el porcentaje de alfabetización municipal del 2010.

V2: Total monetario otorgado en créditos por municipio para la adquisición de vivienda durante 2010.

Y están siendo multiplicados por los estimadores del modelo. Ver anexo 4

5. Obtención de información

Los datos fueron obtenidos de los resultados del censo de población y vivienda del 2010, esto por ser el primer decenio del siglo XXI. Las variables elegidas fueron seleccionadas por su importancia, ya que la alfabetización es importante para el desarrollo, les permite a los ciudadanos acceso a información escrita y también se analiza la variable de total de dinero otorgado en créditos para vivienda, puesto que el respaldo patrimonial podría verse disminuida la pobreza.

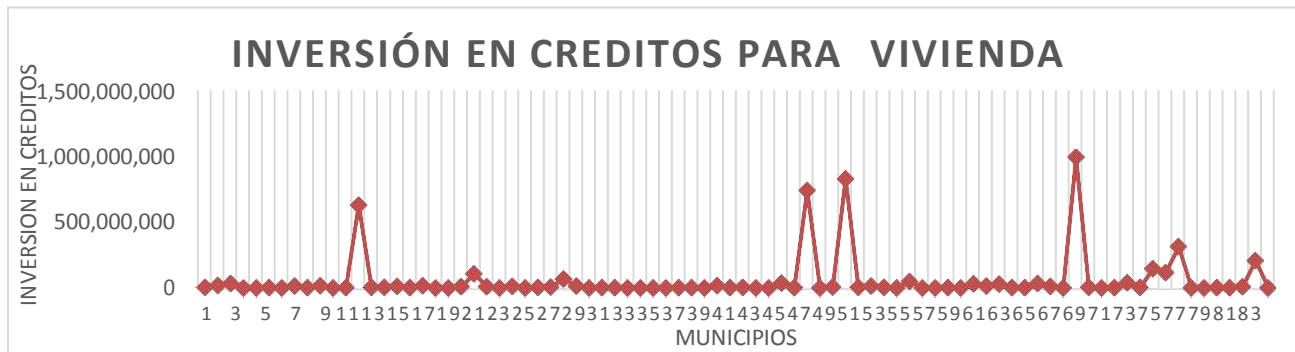
- La V1 que se refiere a la alfabetización fue construida con datos provenientes de INEGI (Instituto nacional de estadística, geográfica e informática), en específico del SIMBAD (Sistema Estatal y Municipal de Bases de Datos).
- Al igual que la V2 que se refiere a el dinero otorgado en créditos para adquisición de vivienda en el apartado de datos económicos del censo 2010.

6. Estimación de la ecuación

La siguiente es la estimación del modelo econométrico determinado con base al análisis de regresión lineal de los Mínimos cuadrados ordinales (MCO)

$$PB = -8.88975757968 * V1 - 0.000000033404277334 * V2 + 941.023533146$$

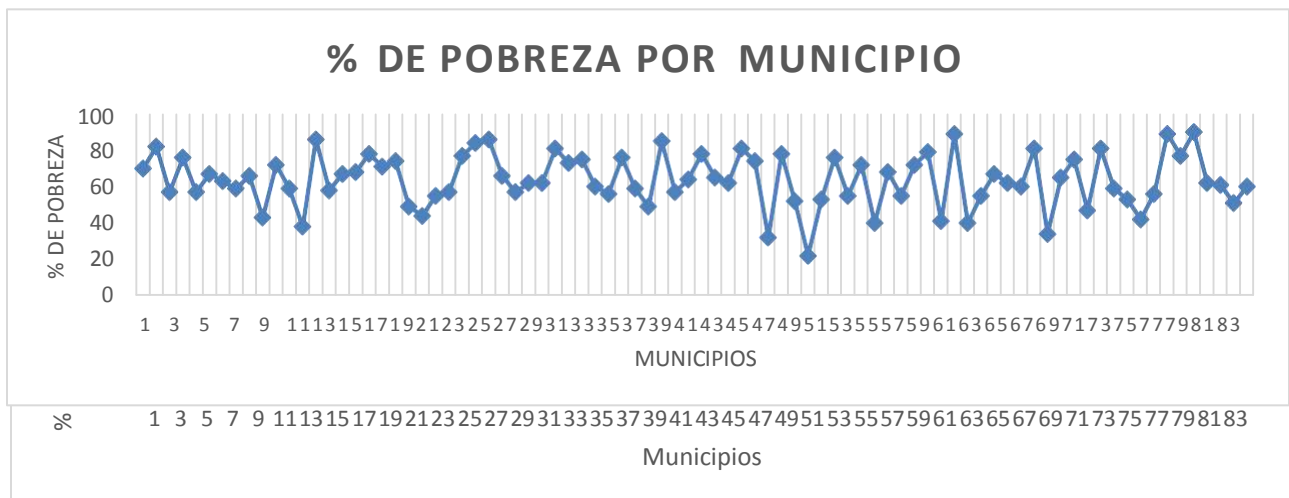
Para analizar a detalle estos resultados veamos el comportamiento grafical de cada una de las variables de manera individual, para apreciar su comportamiento de forma visual.



Cuadro 1. Tendencia de las variables

Fuente: Elaboración propia. Con base a datos de INEGI

En la primera grafica que es la correspondiente a la cantidad de dinero otorgada en créditos



en la cual podemos ver que el municipio Tizayuca con 989 millones 565 mil pesos, y es el que tiene el monto mayor de todo el estado aunque en cantidad de créditos otorgado el municipio que cuenta con mayor número de estos es San Felipe Orizatlán con cinco mil ciento sesenta y cuatro créditos. Esta diferencia puede deberse a que quizá en el segundo los créditos fueron otorgados por cantidades menores a las de Tizayuca. Y el de menor cantidad es El oxochitlán con cero créditos y por lo tanto cero pesos otorgados en créditos.

En la gráfica de la alfabetización podemos ver que la mayoría de la población sabe leer y escribir y los porcentajes de los municipios oscilan entre el 95 por ciento que pertenece al municipio de Tepehuacán de Guerrero y el 99.6 por ciento correspondiente a Mineral del Monte y también a Mineral de la Reforma.

Enseguida tenemos un cuadro que contiene los datos estadísticos de las diferentes variables con que contamos. Ver anexo 3

Cuadro 2. Muestreo estadístico de las variables

Var.	Media	Mediana	Máximos	Mín.	Desv. Estándar	Sesgo	Kurtosis	Jaque-Bera	Prob.
PB	63.7619	62.5	90	22	14.4110	-0.3643	2.8385	1.9494	0.3773
V1	98.47024	98.8	99.6	95	0.9992	-1.6983	5.6864	65.6386	0
V2	56432381	4073000	990000000	0	175000000	4.0404	18.7245	1093.966	0

Fuente: Elaboración propia. Con base a datos de INEGI

Aquí encontramos que las dos primeras variables tiene un sesgo negativo¹²⁰ por lo que se infiere que la mayor parte de sus datos están alineados del lado derecho de la gráfica, mientras que para V2 su comportamiento es contrario y teniendo curva de comportamiento leptocurtico.

¹²⁰ Significa que hay una cantidad menor de datos del lado izquierdo de la mediana de la variable.

Finalmente tenemos el cuadro 3 que nos muestra la relación positiva existente entre la B3 y la pobreza, lo cual indicaría que al tener mayor acceso a créditos para la adquisición de vivienda la pobreza se reduce.

Cuadro 3. Estimación de la ecuación

Variable	Coficiente	Error estándar	t-estadística	Probabilidad [1]
V1	-8.8898	0.955281	-9.3059	0
V2	-0.000000300	0.000000005	-6.1197	0
C	825.287	99.0772	10.0112	0

R-ajustada	0.6655
R ² ajustada	0.6572
F-estadística	80.5869
Prob(F-estadística)	0
Durbin-Watson	2.0822

[1] El valor < a 0.05 variable significativa. Valor >a 0.05 variable no significativa

Fuente: Elaboración propia. Con base a datos de INEGI

Por lo tanto a medida que el grado de alfabetización disminuye un punto porcentual la pobreza aumenta en un 8.88 %, mientras que al disminuir un peso en el otorgamiento de

créditos para adquisición de vivienda la pobreza aumentara en un 0.000000300 por ciento
Mientras todo lo demás permanezca constante.

7. Pruebas (análisis de regresión)

Seguidamente tenemos los resultados obtenidos en las pruebas de regresión lineal que nos generaron la ecuación del punto anterior y analizaremos la confiabilidad del modelo.

Primeramente tenemos la prueba de MULTICOLINEALIDAD

La cual podemos ver en el anexo 5 y 6 de forma extendida y de forma más particular en el cuadro 4.

Cuadro 4 Multicolinealidad

Multicolinealidad	
R ² ajustada	0.6572

Fuente: Elaboración propia. Con base a datos de INEGI

En donde vemos que la R² ajustada tiene un valor de 0.6572 por lo cual se dice que no hay multicolinealidad pues su recorrido va de 0.25 a 0.85 por lo tanto se considera confiable.

La prueba del contraste de White nos dice si tenemos existencia o no de HETEROCEDASTICIDAD en el modelo, esto es que entre los datos haya o no polarización.

En el anexo 7 podemos ver este contraste y nos encontramos con que no tenemos heterocedasticidad, ya que la variabilidad de las observaciones es un tanto homogénea y con un valor de la probabilidad de 0.34 el cual para ser significativo y debe ser menor a 1.5 por lo cual rechazamos la hipótesis alternativa y aceptamos la nula.

La tercer prueba hecha al modelos es la de auto correlación la que podemos ver también en el anexo 7 y 8 ya que es el dato generado en el dato del Durbin Watson estadístico el cual nos dice que entre más cercano a 2 nos indica que tenemos estabilidad entre las variables y que al ser un valor de 2.08 por lo tanto no hay auto correlación y aceptamos la hipótesis alternativa pues la $DW > 2$.

8. Finalidad

La finalidad de este trabajo era determinar cuál es el comportamiento de la pobreza ante ciertas variables significativas como lo son la alfabetización municipal y la cantidad de recursos destinados a créditos para la adquisición de vivienda.

Es así que el análisis de estas variables da como resultado que Yahualica es el municipio con mayor porcentaje de pobres ya que tiene un noventa porciento de habitantes en esta

condición. Seguidamente de Tepehuacán de Guerrero y de Xochiatipan con un 89 % de habitantes en pobreza.

Yahualica también tiene de los porcentajes más bajos de alfabetización con un 95.3 por ciento y Tepehuacán de Guerrero es el más bajo con 95 %.

Por lo cual podemos indicar que la alfabetización si afecta directamente la condición de pobreza de la población y que en esos municipios es importante aplicar políticas que alfabeticen a esa población carente de conocimientos para así poder reducir la pobreza en esos lugares, además que estas políticas deben ser aplicables a la dispersión de la población que se da en esas regiones.

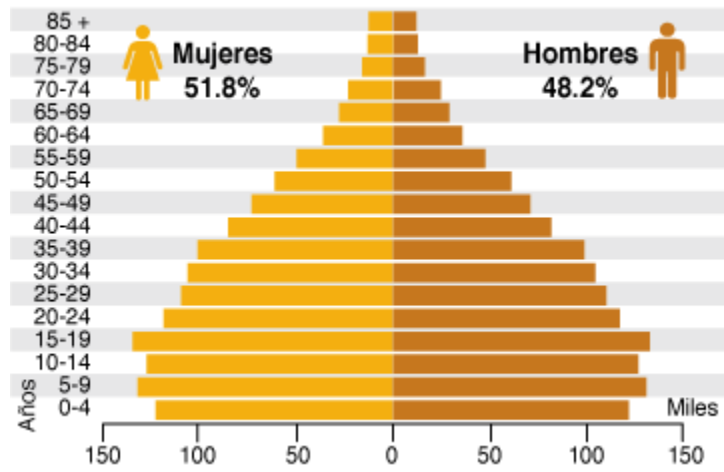
Los montos de los créditos tienden a ser diversos pues depende de cada municipio el precio de la tierra y el valor de las viviendas adquiridas

Las políticas de alfabetización más que las de adquisición de vivienda son las que ayudarían a reducir la pobreza y equilibrar la calidad de vida de los hidalguenses.

Debe tomarse en cuenta que a pesar de que en la teoría de la pobreza del bienestar se toma en cuenta la vivienda en el caso de Hidalgo no tiene gran impacto el hecho de que tengan una casa propia para la reducción de la pobreza y esto puede deberse que debido a la cercanía del estado con la Ciudad de México los precios de las mismas son altos y que muchas veces estos créditos son otorgados a personas de fuera del estado.

Anexos

Anexo 1



Fuente: Datos de INEGI

Anexo 2

Variables utilizadas						Número de créditos
Municipio	PB		V1		V2	
Acatlán	70	%	97.8	%	5,997,000	45
Acaxochitlán	82	%	95.5	%	20,432,000	2,022
Actopan	57	%	99.4	%	33,624,000	628
Agua Blanca de Iturbide	76	%	98.3	%	1,602,000	47
Ajacuba	57	%	99.2	%	1,502,000	9
Alfajayucan	67	%	98.7	%	2,927,000	115
Almoloya	63	%	98.3	%	942,000	44
Apan	59	%	99.1	%	15,842,000	103
El Arenal	66	%	99.2	%	2,213,000	140

Atitalaquia	43	%	99.5	%	17,135,000	234
Atlapexco	72	%	97.8	%	1,205,000	46
Atotonilco el Grande	59	%	99	%	2,883,000	152
Atotonilco de Tula	38	%	99.2	%	626,903,000	3,422
Calnali	86	%	97.1	%	5,301,000	119
Cardonal	58	%	99	%	5,544,000	54
Cuautepec de Hinojosa	67	%	97.7	%	13,865,000	302
Chapantongo	68	%	98	%	2,405,000	100
Chapulhuacán	78	%	97.9	%	17,811,000	2,672
Chilcuautla	71	%	98.9	%	1,334,000	47
Eloxochitlán	74	%	97.6	%	0	0
Emiliano Zapata	49	%	99	%	9,647,000	44
Epazoyucan	44	%	99.3	%	108,037,000	610
Francisco I. Madero	55	%	99.3	%	9,456,000	210
Huasca de Ocampo	57	%	98.7	%	1,220,000	47
Huautla	77	%	98.5	%	12,088,000	1,828
Huazalingo	84	%	98	%	184,000	26
Huehuetla	86	%	95.7	%	4,882,000	220
Huejutla de Reyes	66	%	98.2	%	8,769,000	141
Huichapan	57	%	98.6	%	68,501,000	445

Ixmiquilpan	62	%	99.2	%	15,968,000	149
Jacala de Ledezma	62	%	98.7	%	1,838,000	83
Jaltocán	81	%	97.7	%	3,745,000	771
Juárez Hidalgo	73	%	98.8	%	2,537,000	57
Lolotla	75	%	98.6	%	773,000	17
Metepec	60	%	98.4	%	1,206,000	47
San Agustín Metzquititlán	56	%	99.1	%	928,000	6
Metztitlán	76	%	99.1	%	1,547,000	13
Mineral del Chico	59	%	97.7	%	3,783,000	16
Mineral del Monte	49	%	99.6	%	3,492,000	34
La Misión	85	%	98.8	%	1,004,000	54
Mixquiahuala de Juárez	57	%	98.7	%	16,934,000	77
Molango de Escamilla	64	%	99	%	3,611,000	101
Nicolás Flores	78	%	99.2	%	4,678,000	102
Nopala de Villagrán	65	%	99	%	1,628,000	127
Omitlán de Juárez	62	%	98.6	%	113,000	19
San Felipe Orizatlán	81	%	97.9	%	37,846,000	5,164
Pacula	74	%	97.9	%	3,796,000	69
Pachuca de Soto	32	%	99.4	%	738,313,000	2,713
Pisaflores	78	%	98	%	1,153,000	91
Progreso de Obregón	52	%	99.1	%	8,510,000	56

Mineral de la Reforma	22	%	99.6	%	825,884,000	3,893
San Agustín Tlaxiaca	53	%	99.2	%	4,440,000	95
San Bartolo Tutotepec	76	%	96.8	%	14,683,000	126
San Salvador	55	%	99.2	%	5,570,000	83
Santiago de Anaya	72	%	99.1	%	461,000	17
Santiago Tulantepec de Lugo Guerrero	40	%	99	%	49,915,000	195
Singuilucan	68	%	98	%	1,521,000	29
Tasquillo	55	%	98.9	%	920,000	43
Tecoautla	72	%	98.7	%	3,567,000	152
Tenango de Doria	79	%	97.5	%	1,868,000	20
Tepeapulco	41	%	99.2	%	31,766,000	353
Tepehuacán de Guerrero	89	%	95	%	14,607,000	147
Tepeji del Río de Ocampo	40	%	99.1	%	28,661,000	159
Tepetitlán	55	%	99.2	%	2,717,000	126
Tetepango	67	%	97.8	%	2,287,000	22
Villa de Tezontepec	62	%	99.2	%	34,995,000	257
Tezontepec de Aldama	60	%	99.3	%	12,511,000	383
Tianguistengo	81	%	96.2	%	15,000	2
Tizayuca	34	%	99.4	%	989,565,000	3,386
Tlahuelilpan	65	%	99.1	%	4,350,000	105

Tlahuiltepa	75	%	98.2	%	1,173,000	41
Tlanalapa	47	%	99	%	3,491,000	24
Tlanchinol	81	%	97.9	%	40,591,000	5,118
Tlaxcoapan	59	%	99.2	%	5,249,000	184
Tolcayuca	53	%	99	%	146,813,000	974
Tula de Allende	42	%	99.3	%	117,887,000	731
Tulancingo de Bravo	56	%	98.8	%	313,356,000	1,724
Xochiatipan	89	%	96.2	%	210,000	33
Xochicoatlán	77	%	98.3	%	574,000	23
Yahualica	90	%	95.3	%	2,519,000	64
Zacualtipán de Ángeles	62	%	98.5	%	2,565,000	12
Zapotlán de Juárez	61	%	99.1	%	11,043,000	69
Zempoala	51	%	99.2	%	207,453,000	570
Zimapán	60	%	99	%	1,439,000	18

Anexo 3

Table: ESTADISTICOS Workfile: CONGRESO::Untitled\

View	Proc	Object	Print	Name	Edit+/-	CellFmt	Grid+/-	Title	Comments+/-	
		A		B		C		D	E	F
1		Date: 07/30/14 Time: 20:48								
2		Sample: 1 84								
3										
4				PB		V1		V2		
5										
6		Mean		63.76190		98.47024		56432381		
7		Median		62.50000		98.80000		4073000.		
8		Maximum		90.00000		99.60000		9.90E+08		
9		Minimum		22.00000		95.00000		0.000000		
10		Std. Dev.		14.41102		0.999250		1.75E+08		
11		Skewness		-0.364318		-1.698309		4.040444		
12		Kurtosis		2.838555		5.686427		18.72454		
13										
14		Jarque-Bera		1.949411		65.63866		1093.966		
15		Probability		0.377303		0.000000		0.000000		
16										
17		Sum		5356.000		8271.500		4.74E+09		
18		Sum Sq. Dev.		17237.24		82.87560		2.54E+18		
19										
20		Observations		84		84		84		
21										
22										
23										
24										

Anexo 4

Equation: EQ1 Workfile: CONGRESO::Untitled\

View	Proc	Object	Print	Name	Freeze	Estimate	Forecast	Stats	Resids
Estimation Command:									
=====									
LS PB V1 V2 C									
Estimation Equation:									
=====									
PB = C(1)*V1 + C(2)*V2 + C(3)									
Substituted Coefficients:									
=====									
PB = -8.88975757968*V1 - 3.3404277334e-08*V2 + 941.023533146									

Anexo 5

Equation: EQ1 Workfile: CONGRESO::Untitled\

View	Proc	Object	Print	Name	Freeze	Estimate	Forecast	Stats	Resids
Dependent Variable: PB									
Method: Least Squares									
Date: 07/30/14 Time: 14:15									
Sample: 1 84									
Included observations: 84									
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.					
V1	-8.889758	0.955281	-9.305904	0.0000					
V2	-3.34E-08	5.46E-09	-6.119748	0.0000					
C	941.0235	93.99704	10.01120	0.0000					
R-squared	0.665530	Mean dependent var	63.76190						
Adjusted R-squared	0.657271	S.D. dependent var	14.41102						
S.E. of regression	8.436653	Akaike info criterion	7.138109						
Sum squared resid	5765.346	Schwarz criterion	7.224924						
Log likelihood	-296.8006	Hannan-Quinn criter.	7.173008						
F-statistic	80.58695	Durbin-Watson stat	2.082290						
Prob(F-statistic)	0.000000								

Anexo 6

Scalar: DET_MCORRREL Workfile: CONGRESO::Untitled\

View	Proc	Object	Print	Name	Freeze	Edit+/-
0.3147811468452748						
		Value				
DET_MC...		0.314781				

Anexo 7

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	1.068753	Prob. F(2,81)	0.3482
Obs*R-squared	2.159681	Prob. Chi-Square(2)	0.3396
Scaled explained SS	2.002938	Prob. Chi-Square(2)	0.3673

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2
 Method: Least Squares
 Date: 07/30/14 Time: 21:22
 Sample: 1 84
 Included observations: 84

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	
C	-671.5963	543.6042	-1.235451	0.2202	
V1^2	0.076539	0.056100	1.364333	0.1762	
V2^2	-5.98E-17	7.44E-17	-0.803590	0.4240	
R-squared	0.025710	Mean dependent var	68.63507		
Adjusted R-squared	0.001654	S.D. dependent var	97.52027		
S.E. of regression	97.43958	Akaike info criterion	12.03140		
Sum squared resid	769052.3	Schwarz criterion	12.11822		
Log likelihood	-502.3189	Hannan-Quinn criter.	12.06630		
F-statistic	1.068753	Durbin-Watson stat	2.057649		
Prob(F-statistic)	0.348229				

Anexo 8

Date: 07/09/14 Time: 21:23
 Sample: 1 84
 Included observations: 84

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob	
		1	-0.041	-0.041	0.1491	0.699
		2	-0.074	-0.076	0.6356	0.728
		3	0.060	0.054	0.9598	0.811
		4	-0.074	-0.075	1.4513	0.835
		5	-0.031	-0.029	1.5386	0.909
		6	0.131	0.116	3.1257	0.793
		7	0.068	0.083	3.5555	0.829
		8	-0.078	-0.059	4.1383	0.844
		9	0.076	0.066	4.6935	0.860
		10	-0.093	-0.091	5.5346	0.853
		11	0.090	0.123	6.3436	0.849
		12	0.055	0.021	6.6462	0.880
		13	-0.096	-0.086	7.5832	0.870
		14	0.096	0.094	8.5341	0.860
		15	0.036	0.030	8.6716	0.894
		16	-0.155	-0.127	11.208	0.796
		17	-0.104	-0.134	12.363	0.778
		18	-0.015	-0.086	12.388	0.827
		19	-0.110	-0.071	13.727	0.799
		20	0.010	-0.035	13.738	0.844
		21	-0.130	-0.215	15.662	0.788
		22	0.002	0.033	15.662	0.832
		23	-0.029	-0.048	15.759	0.865
		24	-0.052	-0.018	16.085	0.885
		25	-0.008	-0.025	16.093	0.912
		26	0.009	-0.019	16.103	0.934
		27	-0.006	0.063	16.108	0.951
		28	-0.005	0.068	16.110	0.964
		29	0.051	0.010	16.445	0.970
		30	-0.048	0.037	16.759	0.975
		31	-0.065	-0.045	17.330	0.977
		32	-0.116	-0.115	19.213	0.964
		33	0.007	-0.018	19.220	0.973
		34	0.110	0.036	20.958	0.961

BIBLIOGRAFÍA

Blas Yanes, Á., & Rojas Alfaro, M. d. (s.f.). *Para construir un futuro*. Obtenido de

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/360/#indice>

Di vito, M. I., & M. Barak, C. (30 de 05 de 2014). *Universidad Catolica de Cordoba*.

Obtenido

de

<http://www.uccor.edu.ar/imagenes/novedades/reduc/ponencias/divitobarale.pdf>

Mendoza Ruiz, J. (2013). *las capacidades subsidiarias del gobierno estatal y de los*

ayuntamientos del estado de Hidalgo en el contexto federal: finanzas publicas,

políticas publicas, organización social. México DF: INAP.

- Reyes, G. E. (2001). Principales teorías sobre el desarrollo económico y social. *Nomadas*, 2-23.
- Romero, A. (2002). *Globalización y pobreza*. Nariño, Colombia: Unariño. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/arglobal/AR-glob-libro.pdf>
- Villarespe Reyes, V. (2002). *Pobreza, teoría e historia*. México,DF: Casa Juan Pablos, UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas.
- CONEVAL. (30 de 05 de 14). Obtenido de <http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/Glosario.aspx>
- Economía, S. d. (25 de 05 de 2014). *Secretaría de economía*. Obtenido de <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/competitividad-normatividad/inversion-extranjera-directa/estadistica-oficial-de-ied-en-mexico>
- económico, S. d. (25 de 05 de 2014). *Secretaría de Fomento económico*. Obtenido de http://www.sefome.gob.mx/docs/2013/estadistica/Poblacion_Economicamente_Activa_%20por_Entidad_Federativa_2010-2012.htm
- INEGI. (24 de 04 de 2014). *INEGI*. Obtenido de <http://www.inegi.org.mx/>

Pobreza, desigualdad y gobernanza en México

José Luis Hernández Mota

Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, Departamento de Economía, Av. San Pablo 180, Col. Reynosa-Tamaulipas, Delegación Azcapotzalco, 02200, México, D.F.

Resumen

El presente trabajo retoma la pregunta central del debate sobre la globalización y sus efectos: ¿la globalización puede contribuir a incrementar o reducir la pobreza? Como respuesta hipotética se considera que para el combate a la pobreza, la globalización debe concebirse como un conjunto de transformaciones de orden político, económico y social, que dotan de instrumentos complementarios al Estado para su implementación, pero que su eficacia depende más del cambio tanto de las estructuras institucionales, nacionales e internacionales, como de los esquemas mentales (comportamiento) de los individuos y sociedades que del proceso per se. Para el análisis se acepta que la pobreza constituye un complejo fenómeno multi-facético, que se expresa en la carencia tanto de bienes privados como públicos, así como por la falta de inclusión social y derechos políticos. Se desarrolla un esquema de interrelación entre la pobreza, la desigualdad y la gobernanza con el objetivo de ofrecer una perspectiva total de la relación entre estos problemas contemporáneos.

Palabras Clave: *Pobreza, Desigualdad, Gobernanza*

1. Introducción

Aunque el proceso de globalización no es una tendencia totalmente nueva, inicia en forma sistemática en la década de 1990 con el objetivo de fomentar el bienestar de la población mundial. La manera en que se ha concebido e implementado en la práctica este proceso, ha incitado uno de los debates en las Ciencias Sociales más apasionados de los últimos años. Por un lado, los críticos han planteado que el proceso ha propiciado la explosión de la pobreza, mientras los defensores apuntan a su reducción en países que han optado por integrarse a la economía mundial, como China, Vietnam, India y Uganda. Por consiguiente, la conceptualización comúnmente aceptada es el referido a procesos de interrelación económica que tienen por objeto la promoción y desarrollo de las ventajas competitivas de cada uno de los países que intervienen en el proceso, de manera tal que sus efectos sobre la población sea la reducción de sus condiciones de pobreza. Bajo este marco, la pregunta relevante del debate sobre la globalización y sus efectos es el referente a si ¿la globalización incrementa o reduce la pobreza?

Como respuesta hipotética en el contexto del presente trabajo, se considera que para el combate a la pobreza, la globalización debe concebirse como un instrumento complementario que posee el Estado y que su eficacia depende más del cambio tanto de las estructuras institucionales, nacionales e internacionales, como de los esquemas mentales (comportamiento) de los individuos, sociedades y de gestión pública que del proceso per se.

Esto permite trabajar como hipótesis de trabajo a la consideración de que para el combate a la pobreza, la política social puede concebirse como un eficaz instrumento que posee el Estado tanto para lograr la erradicación de la pobreza en el tiempo como para la

consecución de la gobernanza en el espacio. En esta perspectiva, en la primera sección se desarrolla una re-conceptualización de la relación entre la pobreza, la desigualdad y la gobernanza utilizando un esquema analítico intertemporal. Este esquema evita exagerar la magnitud de los efectos de corto plazo de los programas, como comúnmente se hace. En cambio, se presenta un análisis de movilidad intergeneracional de la población beneficiada de programas sociales, donde pueden incluirse condicionantes culturales, políticos, organizacionales, entre otros, además de los económicos, que pueden ser un complemento en dicho esquema para alcanzar los objetivos de largo plazo respecto a la afectación de los niveles de vida de la población, en especial de los pobres. Mientras en la siguiente sección, se da un repaso en los últimos veinte años sobre la evolución de los programas de combate a la pobreza en México y sus resultados, mostrados por los diferentes indicadores utilizados en su medición. Asimismo, se pone en perspectiva la relación estrecha que hay entre la desigualdad y la pobreza y se realiza una evaluación del principal programa de combate a la pobreza en México en los últimos veinte años: Solidaridad-Progres-Oportunidades; de cuyo ejercicio se destacan dos hechos incontrovertibles: su permanencia en el tiempo y la pobreza persistente en amplios núcleos de la población, a pesar de ser beneficiada por el programa.

Por último, se presentan las consideraciones finales en torno a la formulación e instrumentación de propuestas de políticas públicas con rostro humano, que sean eficaces en la disminución de la pobreza y concebidas como un proceso de construcción de políticas públicas e instituciones capaces de formular e instrumentar políticas y programas sociales

más justos y eficaces en la disminución de la pobreza, basados en mecanismos de gobernanza alternos a los establecidos hasta hoy.

2. Gobernanza, pobreza y desigualdad intergeneracional

Es reconocido que la pobreza y la desigualdad aun cuando son conceptos muy relacionados y ambos representan la falta de desarrollo en una sociedad, no son un mismo fenómeno, aunque sus definiciones generalmente se aceptan en función de su medición respectiva: el coeficiente de Gini¹²¹ y la línea de pobreza¹²², son las mediciones más comúnmente aceptadas para la desigualdad y la pobreza respectivamente.

Por consecuencia, en el ámbito de la estrategia de gestión pública para erradicar la pobreza y hacer más equitativa a una población, la diferencia conceptual obliga a que se requiere del diseño e implantación de políticas públicas que cuenten con instrumentos complementarios para ambos fines. De lo contrario, pueden generarse políticas fiscales que si bien pueden hacer más equitativa la distribución del ingreso, aun así pueden también mantener a la misma proporción de la población con un nivel de ingreso por debajo de la línea de pobreza. Por lo cual, pueden generarse resultados encontrados. Por ejemplo, Székely (2001) encuentra que para una muestra de 17 países de América Latina en la década de 1990's, en nueve de ellos (entre los que se encuentran Argentina, Brasil y Chile) la desigualdad aumentó, pero disminuyó la pobreza; en tanto, en seis de ellos (entre los que destacan

¹²¹El índice o coeficiente de Gini, formulado por el economista italiano Conrado Gini, es la medida más usada para medir la desigualdad en la distribución del ingreso pues cumple con cuatro propiedades básicas: a) satisface el principio de transferencia, también conocido como condición Pigou-Dalton (si se presenta una transferencia regresiva de ingreso, el índice aumenta); b) independencia de la escala de ingreso (establece que el valor del índice no depende de la unidad monetaria); c) satisface el principio de población (el cual establece que el índice debe ser independiente del tamaño de la población analizada), y d) posibilidad de descomposición del índice; sus límites (0 y 1) permiten una fácil explicación del grado de desigualdad: valores cercanos a 0 indican baja desigualdad; y valores cercanos a 1 muestran alta desigualdad.

¹²² La línea de pobreza generalmente se define en función del nivel de ingreso requerido para que una familia pueda adquirir un conjunto de satisfactores mínimos para sobrevivir.

México, Paraguay y Perú) aumentaron tanto la desigualdad como la pobreza y sólo en Colombia y República Dominicana se pudo cumplir con los objetivos de reducir la pobreza y la desigualdad.

Está claro entonces, que las políticas y gestión públicas, conforme sus objetivos y condicionantes, pueden generar una combinación de resultados entre la desigualdad y la pobreza. De lo que si no hay evidencia, es que se pueda generar una disminución de la desigualdad y un aumento de la pobreza. Esto implica que si un gobierno tiene como estrategia fundamental de gestión pública la consecución de un crecimiento económico para, de esta manera, incrementar los niveles de ingreso de la población, el resultado más probable es que aumente la desigualdad, con una disminución gradual de la pobreza, como lo muestra el estudio de Foster y Székely (2001) quienes encontraron que el efecto del crecimiento económico sobre los niveles de ingresos de los estratos pobres es menor que sobre los de los ricos. Por consecuencia, sólo en el largo plazo (30 a 50 años), con un crecimiento económico sostenido, la pobreza podría eliminarse.

Aunque en un primer momento puede aceptarse una estrategia de gestión pública orientada al crecimiento económico, para incrementar los niveles de ingreso de toda la población, aun cuando estos incrementos sean inequitativos, y resulte en una disminución de la pobreza, ello no resulta contradictorio¹²³. Sin embargo, dadas las condiciones y magnitud de los pobres, la erradicación de la pobreza en el largo plazo resulta inaceptable. Por tanto,

¹²³ Por ejemplo, de acuerdo con Levy (2002), implementar un proceso de crecimiento económico necesariamente aumenta los niveles de ingreso de todos los estratos de la población (ingreso per capita). Sin embargo, también es cierto que este incremento es más que proporcional para los estratos más ricos, lo cual si bien reduce la pobreza (pues el nivel absoluto de ingresos de todas las familias, incluidas las pobres, se incrementa), ese mismo crecimiento aumenta la desigualdad.

mantener una estrategia de política pública que contemple al crecimiento económico como el único objetivo no es eficaz para la resolución de los problemas de desigualdad y pobreza. Es indispensable acompañar al proceso de crecimiento con una estrategia de políticas públicas transversales y complementarias, que alienten el desarrollo a través de objetivos de mayor equidad y reducción de pobreza de manera más rápida de lo que generaría el crecimiento económico por sí sólo. En consecuencia, la estrategia de gestión pública debe contemplar una intervención que, por un lado, no inhiba el crecimiento económico y, por otro lado, no genere resultados contradictorios en términos de desigualdad y pobreza. De esta manera, se superaría el trade-off entre la eficiencia y la equidad.

No obstante lo anterior, un punto de confrontación relevante en el ámbito de los especialistas en pobreza, se da en la manera de cómo medirla y menos en lo referente al diseño e implantación de políticas públicas que contribuyan a la solución efectiva del problema. Por ejemplo, Ravallion (1997) ejemplifica muy bien el debate entre si la pobreza se debe medir por indicadores de desarrollo humano como lo propone el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), conbase en la conceptualización propuesta por AmartyaSen, quien considera a la pobreza como una falta de desarrollo humano; o, en el otro extremo, por niveles de ingreso, estableciendo los denominados

—umbrales de pobreza—, propuesto por el Banco Mundial a través del concepto de pobreza absoluta o línea de pobreza. En ambos casos, sus mediciones resultantes sirven de base para evaluar la eficacia de los programas de combate a la pobreza que se hayan implementado. Pero, sea cual sea la medición el problema de la pobreza persiste, siendo este debate una banalización del problema.

Por consecuencia, si el problema de la pobreza persiste, entonces el problema no debe centrarse en su medición sino más en la forma de afrontarlo. Esto nos lleva entonces a analizar la forma de diseñar e implementar un programa de combate a la pobreza que sea exitoso en el tiempo. Para hacerlo, primero debemos estar claros en como la definimos. Si consideramos que el concepto de pobreza es un concepto fundamentalmente económico, esto puede llevarnos a la conclusión de que si una buena parte de la población sufre de carencia económica, entonces su solución posible estaría sólo en encontrar la forma de mejorar los ingresos de la población y así erradicar la pobreza, aunque no necesariamente ello implicaría un mejoramiento en su distribución. Esta fundamentación económica, es la base del Estado de Bienestar como pilar para la implementación de políticas públicas que permitan disminuir la pobreza.

Sin embargo, si consideramos también las condicionantes históricas, políticas y culturales, podemos encontrar que la pobreza no radica sólo en una falta de ingresos, sino también en una negación de Derechos Humanos que genera una cultura de la pobreza, caracterizada por una erosión y anulación de derechos económicos y sociales –salud, vivienda, alimentación y agua, educación y trabajo-, que también afectan a los derechos civiles y políticos tales como tener juicios justos, participación política y seguridad personal, entre otros.

En este sentido, el reconocimiento conceptual de la pobreza es vital para combatirla. Este reconocimiento, para ser más amplio, debe también considerar el disloque estructural causado por los cambios estructurales generados por los procesos de globalización que han contribuido a la profundización de las condiciones de pobreza, mostrados sobre todo en

ambientes sociales duales, donde, de antemano, coexiste una población rica con una población pobre. Todo ello fomentado, o en el mejor de los casos tolerado, por el Estado por medio de una exclusión social generada por la racionalidad individual empresarial y gubernamental, que viene consigo dentro de los procesos de globalización, como una forma de enfrentar la competencia inherente a dicho proceso.

Por lo que respecta a esto último, es necesario reconceptualizar su comportamiento en tanto de sus decisiones emanan los programas públicos que pretenden erradicar la pobreza. Así, si retomamos tanto a Buchanan y Tullock (1962) como a Olson (1965), estos mostraron que los gobiernos no actúan de modo dictatorial como presupone la teoría del Estado de Bienestar, donde éstos maximizan una función de bienestar social, sino que responde a presiones políticas de grupos de presión organizados¹²⁴ dentro de las democracias, como por ejemplo los sindicatos, quienes tienen incentivos para presionar y —cabildear a favor de gastos cuasi privados cuyo costo impositivo se distribuye entre toda la población. La clave radica en la fuerza de las organizaciones y en el número y peso de las otras organizaciones. Si tienen muchos integrantes e influencia sobre el voto de sus asociados, los dirigentes de los grupos de interés pueden intercambiar a los políticos votos por programas de gasto o medidas de política económica que les favorezcan. O bien, si el poder económico del grupo es grande, se intercambia dinero por favores. Pero, los grupos de interés pueden utilizar simultáneamente varios instrumentos de actuación para tratar de dirigir las decisiones públicas hacia sus intereses.

¹²⁴ Los grupos de interés o presión son asociaciones de individuos con intereses comunes que tratan que las decisiones públicas favorezcan esos intereses. Aquí se incluyen tanto organizaciones obreras como patronales, ambientalistas, de defensa de derechos humanos o de otra índole altruista.

Sin embargo, el efecto económico de la actuación de los grupos de interés depende de la naturaleza de sus objetivos. Dentro del sistema de mercado, en las reglas de juego democrático los intereses privados, de tipo económico, prevalecen sobre los altruistas, por tanto la actuación de esos grupos no será siempre beneficiosa para la sociedad. Esto es, dado que las organizaciones tratan de modificar la actuación del sector público hacia sus intereses particulares y pueden, de esta manera, influir en el aumento y distribución del gasto público. El carácter permanente o transitorio del gasto, dependerá de la duración de la fuerza de las organizaciones.

Bajo estas premisas, Olson (1965) analizó de forma sistemática la naturaleza y efectos de la actuación de los grupos de interés estableciendo la tesis de que la centralización del poder y la formación de coaliciones de intereses, se convierten en fuertes presiones para que el gobierno incremente el gasto público, independientemente de que las decisiones de gasto sean ineficientes e inequitativas. Su punto de partida lo constituye el hecho de considerar a la actividad de estos grupos como un bien público en relación al conjunto de individuos que comparten el mismo interés. Aunque si el grupo consigue promover este interés se beneficiarán todos aun cuando no estén integrados a dicho grupo. Un ejemplo de ello son las mejoras salariales o las condiciones laborales que se obtienen para todos independientemente de su afiliación al sindicato que haya promovido el interés. Esto es la fuente para que los individuos procuren ser, según Olson, usuarios gratuitos pues se evitan los costos de oportunidad de participación en los grupos. De igual forma, la tendencia a ser un usuario gratuito será mayor en los grupos que defienden ingresos bajos que en los que actúan a favor de ingresos elevados, porque los ingresos elevados soportaran mejor el costo

de participación. Como resultado, estos últimos están mejor organizados y son más efectivos.

Esta situación implica que si el gobierno se pliega a las presiones del presente inmediato, es poco factible que las resista en el futuro. Esta es la esencia a través del cual un programa social que se concibió como transitorio, se torne inconsistente en el tiempo porque el gobierno tiene que continuar con el programa, aun cuando no tenga los resultados previstos originalmente. En consecuencia, un programa efectivo contra la pobreza debe ser consistente en el tiempo. Esto significa una actuación doble: por un lado, el gobierno debe verosímilmente comprometerse a eliminar la pobreza con un programa social perfectamente definido en términos de objetivos y plazos; por otro lado, la población que resulte beneficiada de la implementación de un programa de combate a la pobreza debe estar en obligación de generar recursos por si sola a mediano plazo.

Supóngase una situación donde la población beneficiada de un programa de combate a la pobreza vive tres periodos: t_1 , t_2 y t_3 y cuyo objetivo del programa es generar un proceso de movilidad intergeneracional¹²⁵. En el periodo inicial, ocurre un juego político donde se establece una negociación entre el gobierno y la población objetivo en situación de pobreza. De esta negociación resulta un programa social, que se supone terminara dos periodos más adelante cuando se cumplan los objetivos del programa, que es erradicar permanentemente la situación de pobreza a la población beneficiada en un periodo, y el juego político pueda

¹²⁵El término proviene de la definición que hace el Banco Mundial (2013) y tiene que ver con la posibilidad de un individuo de aprovechar las oportunidades en el curso de su propia vida y el efecto de las políticas públicas para una movilidad ascendente, es decir, para salir de una situación de pobreza hacia un estrato de mayor ingreso.

tener lugar nuevamente entre el gobierno y un nuevo segmento de la población que se encuentre en situación de pobreza.

Para el éxito del programa de combate a la pobreza, se supone una operación del mismo que funciona, en el primer periodo, con la implementación de subsidios generalizados, mismos que terminan en el segundo periodo. En este segundo periodo, se implementan subsidios condicionados a respuestas bien definidas y factibles de los beneficiarios, de manera tal que pueda darse por concluido en el tercer periodo. Como los subsidios continúan, en el segundo periodo no hay razón para generar un juego político. Sin embargo, en el tercer periodo el programa debe finalizar y evaluarse su efectividad en términos de erradicación permanente de situación de pobreza de la población beneficiada.

Asimismo, en este tercer periodo se debe dar lugar a un nuevo juego político donde pueda plantearse otro programa de combate a la pobreza que responda a las necesidades y condicionantes de la nueva población objetivo, que no tiene que ser la misma del anterior programa. No obstante, una condicionante para que el juego político se repita es la existencia de estabilidad política y la credibilidad del gobierno en cuanto al cumplimiento de los objetivos y duración del programa anterior.

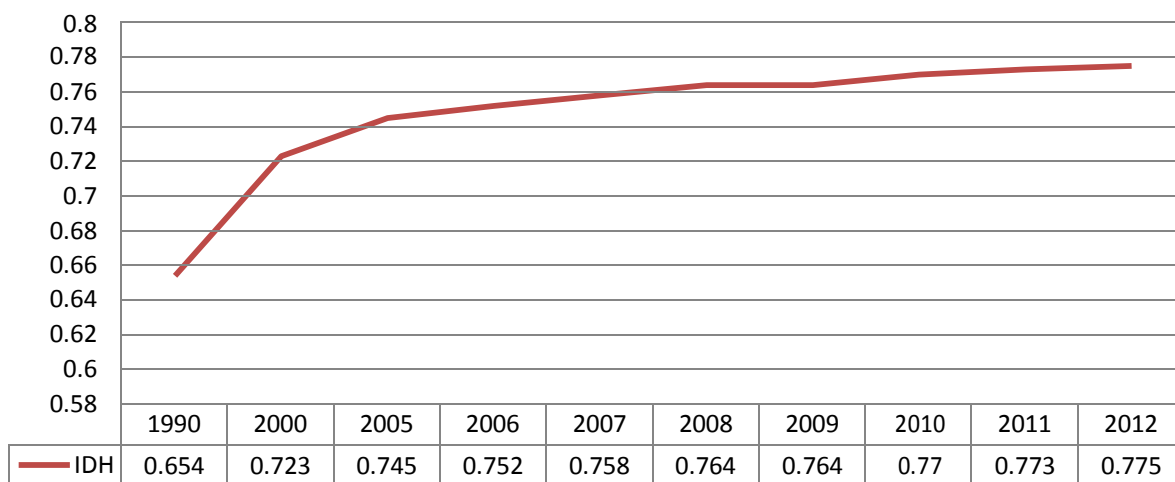
En el ámbito de la estrategia de gestión pública para erradicar la pobreza y hacer más equitativa a una población, la diferencia conceptual obliga a que se requiere del diseño e implantación de políticas públicas que cuenten con instrumentos complementarios para ambos fines. De lo contrario, pueden generarse políticas públicas ineficaces.

3. México: ¿pobreza transitoria o persistente?

Si aceptamos la definición de que la pobreza refleja una falta de recursos, una conclusión inmediata sería que podríamos reducirla con el solo hecho de incrementar los recursos disponibles de los sectores más pobres. Esta es la lógica de los programas sociales con que la gestión pública opera para el combate a la pobreza: otorgar subsidios y/o transferencias de gasto público de manera tal que refleje una mayor cantidad de recursos disponibles de las familias pobres. En este sentido, en los últimos años, se ha venido destacando en los informes diversos, tanto del Banco Mundial como del PNUD, como un logro de gestión pública la recomposición del gasto público a favor de las funciones de seguridad social, como una medida que favorece el desarrollo económico y el combate a la pobreza.

Aunque también es cierto que ello es discutible en el caso de México, sobre todo si cambiamos la manera de medir la pobreza. Por ejemplo, si medimos la pobreza en términos del Índice de Desarrollo Humano (IDH) desarrollado por el PNUD, encontramos que los programas de combate a la pobreza han sido eficaces en su objetivo, al tener un incremento sostenido del IDH en los últimos 20 años, como se muestra en la gráfica siguiente:

México: Evolución del Índice de Desarrollo Humano PNUD

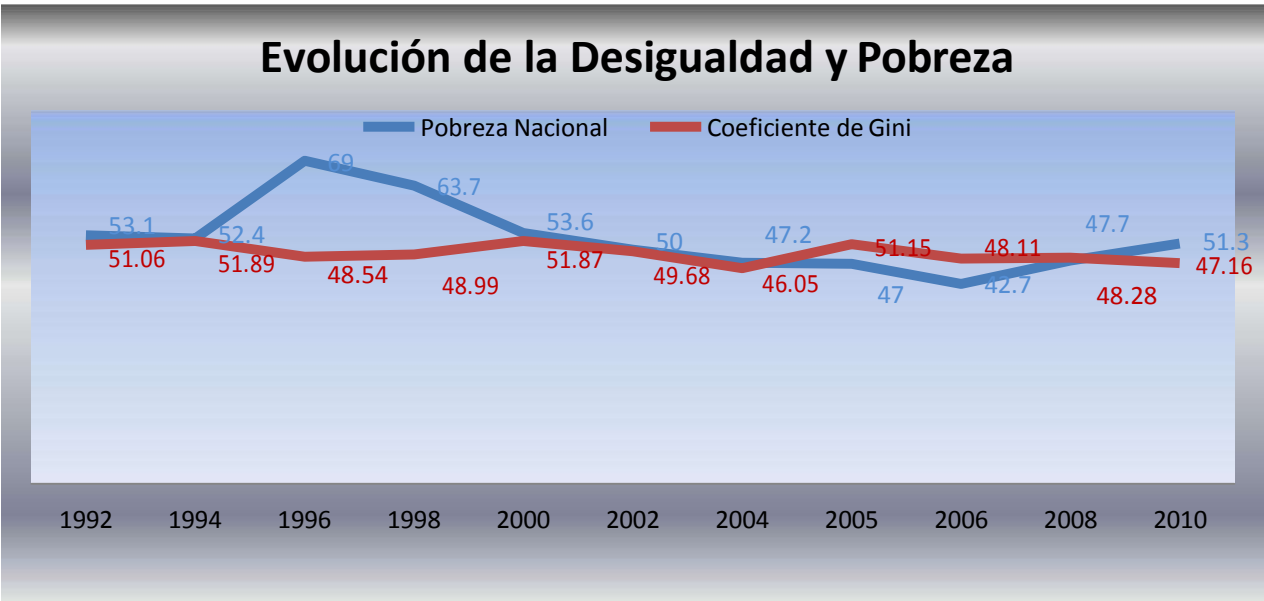


Fuente: PNUD, Informe sobre Indicadores de Desarrollo Humano, Varios años.

Sin embargo, es imposible negar que la pobreza persiste para la mitad de la población. Por ejemplo, de acuerdo al Banco Mundial (2013), en México, en el periodo que va de 2000 a 2008, sólo dos de cada 10 mexicanos lograron ascender a un nivel superior de ingreso; en tanto, un universo de 2 por ciento de la población disminuyó a un nivel inferior de ingreso del que se encontraba al inicio del periodo. Esto significa, por un lado, una falta de movilidad donde el 78 por ciento de la población permaneció en su mismo nivel de ingreso y, por otro lado, una situación donde, de acuerdo con datos del Consejo Nacional de Evaluación (CONEVAL) para 2012, 53.3 millones de habitantes de nuestro país se encuentran en situación de pobreza.

Por consiguiente, un hecho incontrovertible en la realidad económico-social de México es que, al menos en los últimos treinta años, la eficacia de las estrategias de políticas públicas

en materia de desarrollo económico y social ha dejado mucho que desear en cuanto a la consecución de sus objetivos. Uno primordial ha sido, sino la erradicación, si la disminución de los niveles de marginación y exclusión de núcleos de población, como una forma de combatir la pobreza persistente de la población. De esta manera, con la consecución del objetivo, se está en posibilidades de limitar la creciente desigualdad social y eliminar posibles obstáculos para la gobernabilidad democrática implementada a finales del siglo pasado con la creación institucional de organismos autónomos (Instituto Federal Electoral) y reglas democráticas (Reforma Política de 1997, principalmente, conforme el siguiente gráfico:



Fuente: Banco Mundial, Grupo de investigaciones sobre el desarrollo, <http://iresearch.worldbank.org/PovcalNet/index.htm>

De acuerdo con este gráfico, la inequidad en la distribución del ingreso ha sido persistente a lo largo de los últimos veinte años, por lo cual aunque si bien podemos estar de acuerdo en

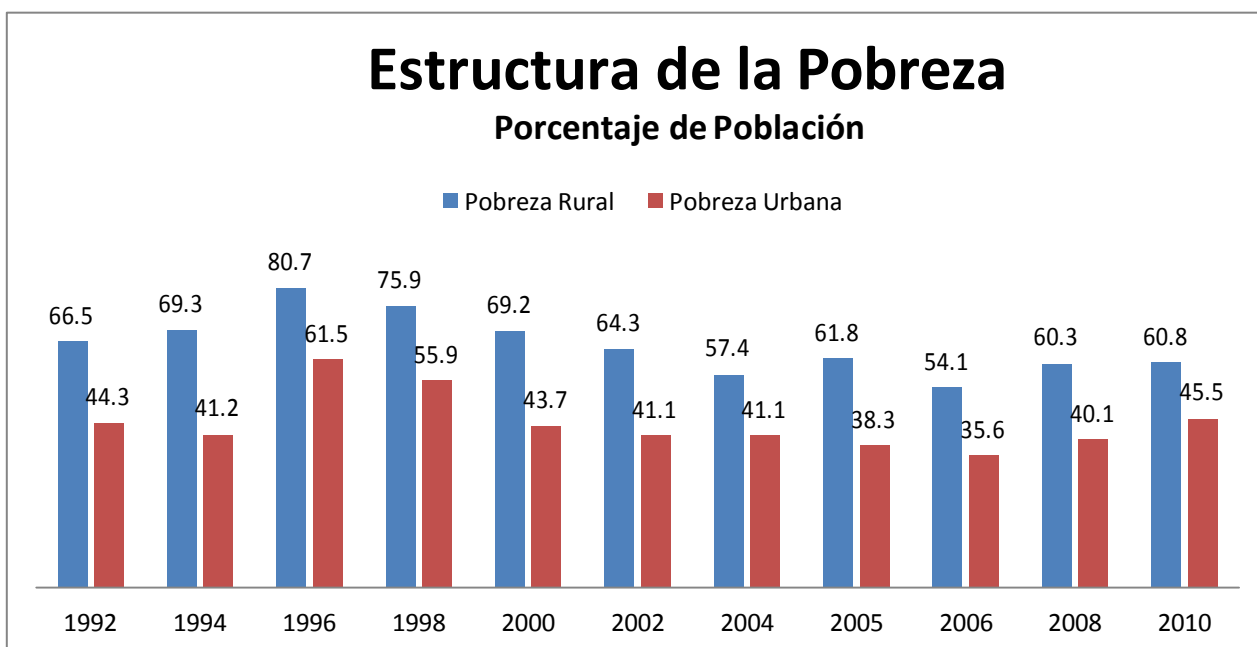
que la pobreza no refleja directamente la desigualdad, no obstante no puede negarse que existe una relación estrecha entre las dos, sobre todo en México, como lo muestra la evidencia empírica.

Es importante destacar que la situación tanto de la distribución del ingreso como de la pobreza en México es un problema estructural de desigualdad económica prevaleciente a lo largo de toda la historia económica del país. En consecuencia, su análisis debe ser inherente a las características estructurales y productivas de la economía, donde la permanencia de esquemas institucionales y prácticas económicas y sociales dificultan la distribución equitativa entre los integrantes de la sociedad mexicana con respecto al acceso a servicios de alimentación, vivienda, educación, salud, laborales, financieros, entre otros.

Además, si consideramos, por un lado, los constantes ciclos recesivos de la economía, ocurridos en los últimos 30 años, que han impedido mantener un ritmo de crecimiento sostenido y, por el otro lado, la incorporación acelerada a una economía global, se puede deducir que estos dos elementos han contribuido a ampliar la brecha existente entre los individuos en materia de ingreso¹²⁶. Por su parte, el lento y oscilante crecimiento económico mostrado por la economía mexicana en los últimos treinta años, ha provocado un cambio en el dualismo estructural social, el cual pasó de la marginación mayoritaria de las zonas rurales a una marginación general, independientemente de si se trata de zona rural

¹²⁶ Esto puede ser resultado del esquema de competencia implementado por el Estado que con el afán de desarrollar el mercado, contribuyó al establecimiento estructural de la concentración del ingreso. En este sentido, la Comisión Económica Para América Latina (CEPAL), en sus informes anuales sobre el *Panorama Social de América Latina*, ha venido señalando como factores explicativos del comportamiento de la distribución del ingreso la trayectoria del empleo y los ingresos laborales. Esto implica que individuos con mejores condiciones de alimentación, salud, educación (y todos los aspectos culturales, psicológicos y sociales que se derivan de la presencia o ausencia de lo anterior), tienen una probabilidad mayor respecto al resto de acceder a un empleo mejor remunerado.

o urbana. Esta nueva marginación ha segmentado a la población en solo dos componentes: pobres y no pobres, modificándose la estructura de la pobreza, como se muestra en el gráfico siguiente:



Fuente: Banco Mundial, Grupo de investigaciones sobre el desarrollo, <http://iresearch.worldbank.org/PovcalNet/index.htm>

Esta estructura de la pobreza, permite suponer la existencia de una situación de pobreza persistente o crónica, producto del efecto irreversible de las desaceleraciones del ingreso sobre el capital humano de los pobres (Lustig: 2002), lo cual ha obstaculizado la capacidad de los pobres para salir de la pobreza.

El problema entonces de la pobreza persistente puede ser enfocado en términos técnicos y en términos de la economía política de la pobreza. En su parte técnica encontramos que

metodológicamente el IDH es un promedio aritmético de los logros de un país en tres dimensiones básicas de desarrollo humano: longevidad (esperanza de vida al nacer), nivel de educación (tasa de alfabetización combinada con la tasa de matrícula en los niveles de enseñanza primaria, secundaria y terciaria) y nivel de vida (PIB per cápita en dólares de EEUU con paridad de poder adquisitivo); el cual varía de cero a uno, siendo uno el objetivo de desarrollo humano. Dada esta conceptualización del índice, lo que indica es que un pobre puede vivir más tiempo, puede contar con instrucción y se le pueden asignar recursos vía transferencias de programas sociales, pero seguirá siendo pobre, lo cual refleja la paradoja de tener una situación de pobreza persistente con un alto índice de desarrollo humano.

Por su parte, en términos de la economía política de la pobreza puede decirse que los programas sociales dejan de ser eficaces cuando se mantienen por inercias burocráticas (presupuestos inerciales) o por intereses políticos particulares, lo cual los pueden hacer llegar a ser contraproducentes con sus propios objetivos. Sin embargo, esto no significa que no se deban generar programas sociales, al contrario, pues el problema no es la intervención pública per se, sino que ésta no siempre se dé con los instrumentos adecuados. En este sentido, para la consecución del objetivo de abatir la pobreza, el Estado debe regular mejor y gastar más en programas eficaces en sus objetivos y sostenibles fiscalmente. De lo contrario, el gasto social erogado no beneficia de manera directa a las familias pobres, sino más bien pueden generar protección y transferencias de ingresos a grupos que no son necesariamente pobres, por medio de la legislación fiscal y de seguridad social. Asimismo, es indispensable reconocer que los pobres, son también pobres en poder político, por lo cual también resulta indispensable construir una infraestructura política que blinde al gasto

social en particular, y al presupuesto público en general, de los grupos de presión a fin de evitar su captura.

Consideraciones finales

Después de dos décadas de iniciados los procesos de reformas que trajo consigo la globalización, en los albores del presente siglo XXI, el desarrollo económico, social y político continúa siendo una cuestión central. Pero, esta preocupación se destaca en mayor medida en tanto que se tiene enfrente a problemas básicos de bienestar económico y social, como son la creación de empleo y la erradicación de la pobreza y desigualdad. Por ejemplo, de acuerdo al Banco Mundial (2013), en México, en el periodo que va de 2000 a 2008, sólo dos de cada 10 mexicanos lograron ascender a un nivel superior de ingreso; en tanto, un universo de 2 por ciento de la población disminuyó a un nivel inferior de ingreso del que se encontraba al inicio del periodo. Esto significa, por un lado, una falta de movilidad donde el 78 por ciento de la población permaneció en su mismo nivel de ingreso y, por otro lado, una situación donde, de acuerdo con datos de CONEVAL para 2012, 53.3 millones de habitantes de nuestro país se encuentran en situación de pobreza.

Esta falta de movilidad intergeneracional, implica un incumplimiento del objetivo fundamental del principal programa de combate a la pobreza: Oportunidades: la erradicación de pobreza. Ello a pesar de que año tras año se han dispuesto cada vez mayores recursos presupuestales para el gasto social ejercido a través de Oportunidades, lo cual arroja una paradoja: mientras más recursos públicos se destinan al impulso de un desarrollo social, la pobreza y la desigualdad son también mayores. El calificativo a esto no puede ser más que un fracaso de la política social.

Por consiguiente, en el campo de la política y de gestión pública en el combate a la pobreza y desigualdad, las acciones deben dirigirse a tener objetivos claros y metas factibles, facilitando el ejercicio presupuestal de manera tal que se permita llevar a cabo la transformación del presupuesto en bienestar y conseguir, de esta manera, el objetivo de generar una movilidad intergeneracional que permita la erradicación permanente de los niveles de pobreza de amplias capas de la población que, actualmente, se encuentran en esa situación.

Referencias bibliográficas

Banco Mundial, (2013), *Movilidad económica y crecimiento de la clase media en América Latina*

Buchanan, James M. and G. Tullock, (1962), *The Calculus of Consent*, University of Michigan Press, Ann Arbor (Edición en español *El Cálculo del Consenso. Fundamentos Lógicos de la Democracia Constitucional*, Planeta-Agostini, España, 1993).

Foster, J. y M. Székely, (2001), —Is Growth Good for the Poor?: Tracking Low Incomes Using General Means‖, *RES Working Paper Series 453*, Research Department, Inter American Development Bank, Washington, D.C.

Levy, Santiago (2002), —Crecimiento, Pobreza y Desigualdad‖, en Fernando Solana (Coord.), *América Latina XXI: ¿Avanzará o Retrocederá la Pobreza?*, FCE, México.

Lustig, Nora, (2002), —Macroeconomía con Responsabilidad Sociall, en Fernando Solana (Coord.), *América Latina XXI: ¿Avanzará o Retrocederá la Pobreza?*, FCE, México.

Olson, William Mancur, (1965), *The Logic of Collective Action*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts (Edición en Español por Limusa, Noriega Editores, México, 1992).

Ravillion, Martin, (1997), -Good and Bad Growth: The Human Development Reportsl, *World Development*, Vol. 25, May, pp. 631-38.

Székely, Miguel, (2001), —The 1990's in Latin America: Another Decade of Persistent Inequality, but with Somewhat Lower Povertyl, *RES Working Paper Series 454*, Research Department, Inter American Development Bank, Washington, D.C.

**Organización y funcionamiento del consejo nacional de bioética de Colombia, CNB,
desde la visión global**

Dr. Víctor Santiago Márceles Guerrero

Universidad Libre de Colombia, Seccional Barranquilla

Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas.

Resumen

La presente investigación tuvo como propósito develar los fundamentos que deben sustentar la organización y funcionamiento del Consejo Nacional de Bioética de Colombia, CNB, desde la visión global propuesta por Potter (1998). En el presente, la crisis climática obliga a retomar la cosmovisión integral propuesta por Potter, siendo necesario que ésta impregne las estructuras organizacionales de las instituciones de mayor relevancia en la materia, como lo son los Consejos, Comités o Comisiones nacionales de Bioética, particularmente el Consejo Nacional de Bioética de Colombia. La Investigación realizada bajo contextos del pospositivismo, se vale de la hermenéutica analógica-icónica de Beuchot (2000) para interpretar la información que emerge del discurso de los informantes clave y de los textos analizados. La revisión documental permitió construir un panorama de la realidad actual de los Consejos (Comités, Comisiones) nacionales de Bioética en América Latina y Colombia, información que fue contrastada por los tres informantes que formaron parte de la Investigación. Los hallazgos permiten sostener que, aspectos estructurales y funcionales del Consejo Nacional de Bioética de Colombia, como son su independencia ideológica y técnico-administrativa, su agenda, el número de sus miembros y su suplencia, la

representatividad de áreas científicas y/o disciplinares, resultan vitales para la construcción de una ciencia para la vida, desde la visión global.

Palabras clave: Bioética global, Organización, Funcionamiento.

Introducción

El propósito de la Investigación fue el de develar los fundamentos que deben sustentar la Organización y Funcionamiento del Consejo Nacional de Bioética de Colombia, desde la visión global propuesta por Potter (2001). La Bioética, como corriente de pensamiento, tiene su origen en el año 1971 con la publicación del libro *Bioética, un Puente hacia el futuro*, en el cual se exponen ideas del eminente oncólogo sobre la necesidad de tender puentes entre la ciencia y las humanidades.

En este contexto, en la revisión histórica se evidenció la bifurcación que se produjo en los fundamentos epistemológicos de la Bioética como una nueva ética, dando origen según Fonseca *et al.* (2006), a tres tendencias; inicialmente la anglosajona, la cual defiende los principios de la biomedicina; otra corriente, la europea, que surge luego y se centra en los derechos sociales y jurídicos, pero la más reciente, corresponde a América Latina, en la cual se atiende a los problemas tales como justicia sanitaria, calidad de vida, ecología y derechos humanos.

En el caso de Colombia, el debate en el seno de las universidades acerca de la amplia temática sobre la Bioética, ha despertado la necesidad de abrir espacios institucionales para la discusión de temas tan importantes como los sistemas de salud, el uso de la ciencia y la

tecnología, el respeto a la Naturaleza, la supervivencia, pero más allá aún, la sustentabilidad de los seres humanos en sus contextos ambiental, económico y social.

La relevancia del tema se explica en función de los fundamentos integradores que sustentan a la Bioética y sobre todo la Bioética global, los cuales deben impregnar las nuevas estructuras organizativas de las nacientes instituciones dedicadas a asistir o asesorar en la formulación de las políticas públicas; por ello, las funciones y la praxis de los miembros del Consejo Nacional de Bioética de Colombia, CNB, deben conllevar a la integración de los principios rectores desde una visión compleja de la realidad.

La Investigación condujo a la revisión de la literatura referida a los diferentes enfoques de la Bioética y de la Bioética global, de los documentos que la Organización de las Naciones Unidas ha emitido sobre este tema y la recopilación de los argumentos de destacados bioeticistas colombianos que han vivido de cerca el desarrollo institucional de la Bioética en Colombia, lo cual permitió develar los fundamentos que deben servir de sustento al Consejo Nacional de Bioética de Colombia.

Para el logro de lo antes expuesto, se dividió la presentación en seis momentos, los cuales recogen, respectivamente, la aproximación al Problema de investigación, los propósitos que persigue, el paradigma de investigación y el programa metodológico que condujo el recorrido del Estudio; el recorrido histórico epistemológico y filosófico de la Bioética; el marco referencial interpretativo referido a los fundamentos normativos y organizacionales de los Consejos (Comisiones, Comités) nacionales de Bioética; el recorrido histórico de la institucionalización de la Bioética en Colombia; el trabajo de campo para la recopilación de

información de parte de los informantes clave; codificación abierta y una axial, plasmándose la interpretación de la información suministrada por cada uno de ellos en un memorando integral; las reflexiones originadas en los hallazgos de los procesos anteriores.

El problema: trama situacional

Contextualización de la investigación

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en el año 2005 adoptó la Declaración Universal sobre Bioética y Derechos Humanos, la misma trata sobre las cuestiones éticas que deben atenderse desde las ciencias médicas, la ciencia para la vida en la aplicación de la praxis biotecnológica humana.

Dentro de este marco, la Declaración es una respuesta a las innumerables situaciones o dilemas éticos que se presentan cada día, los cuales están en constante aumento ante el uso de nuevas técnicas experimentales en diferentes campos de biotecnología humana, configurándose como un intento por regular las prácticas que conlleva el proceso logístico del manejo, pero además del transporte transfronterizo de materiales genéticos y órganos; por ello, se considera como un marco bioético internacional para regular y ofrecer una nueva manera de enfrentar los nuevos retos del uso del conocimiento, como bien lo señala Potter en uno de sus famosos trabajos (Potter, 2001).

Con relación a lo anterior, Escobar (2009) se pregunta qué se entiende hoy por Bioética; ésta interrogante la responde siguiendo a Potter (2001), concibiéndola como una disciplina, un método, al mismo tiempo una nueva ética, marcada por —el uso creativo del diálogo

inter y transdisciplinar entre ciencias de la vida, junto a los valores morales para formular, articular, pero además en la medida de lo posible resolver algunos de los problemas planteados por la investigación (p.6); de igual forma amplía el concepto de la tradicional intervención sobre la vida humana, abarcando temas como los problemas ambientales y la supervivencia del Planeta como un todo, vinculando a los diferentes elementos integrantes de los ecosistemas.

Esto último, hace parte de la concepción ampliada de la Bioética; ella ha ido extendiéndose hasta abarcar los derechos de los animales y especies vegetales nativas, las cuales en la actualidad se encuentran en riesgo constante como consecuencia de los avances tecnocientíficos que están por fuera del control de la opinión pública.

En este orden de ideas, la Bioética fue considerada como una disciplina desde sus inicios por su proponente, el oncólogo Potter (1971), en su obra *Bioética. Puente hacia el futuro*, en la cual señala: “Si existen ‘dos culturas’ que parecen incapaces de hablar una con otra –las ciencias y las humanidades– y si esto constituye una parte de la razón por la cual el futuro parece comprometido, entonces tal vez podríamos construir un ‘puente hacia el futuro’ construyendo la disciplina de la Bioética como un puente entre las dos culturas” (p. 205).

Por otra parte, la ausencia de diálogo por parte de los promotores de los avances científicos y de sus actores, ha prevalecido durante el desarrollo de la biotecnología humana; esto les ha impuesto una agenda a los organismos internacionales como la UNESCO, quienes se han dado a la tarea de generar espacios de diálogo sobre los riesgos, impactos, así como las repercusiones que estos cambios o innovaciones pueden acarrear para la sociedad y los

seres humanos, lo cual representa una verdadera responsabilidad de los Estados miembros de esta organización.

Ahora bien, tal como se establece en su documento de la Declaración Universal sobre Bioética y Derechos Humanos, —Si se han de imponer limitaciones a la aplicación de los principios enunciados en la presente Declaración, se debería hacer por ley, en particular las leyes relativas a la seguridad pública; ello implica por tanto, acciones como investigar, perseguir incluyendo enjuiciar delitos que pongan en peligro la salud, los derechos y las libertades de las personas pertenecientes a un país determinado, de esta manera cada Estado debe promulgar sus propias leyes nacionales, regionales o locales, según lo indiquen sus reglas de promulgación de leyes.

En este ámbito, existe la necesidad urgente de normar la actividad científica, mediante la promoción de principios éticos que orienten su desarrollo, el de los progresos tecnológicos, pero además promuevan el Principio de Precaución, según el cual el científico, los laboratorios y los entes que regulan la actividad científica, están en la obligación de evaluar el impacto del desarrollo científico - tecnológico a futuro, entre los cuales están justamente los Consejos, Comités o Comisiones nacionales de Bioética.

Por otro lado, la formación del Consejo (Comité, Comisión) nacional de Bioética de cada país, se acordó como un mandato contemplado en la Declaración, con lo cual se pretende lograr la máxima eficacia en la organización de la institucionalidad, para lograr con ello el establecimiento de redes que permitan la coordinación de acciones internacionales, dirigidas por el Comité Internacional de Bioética de la UNESCO.

Igualmente, los Consejos (Comités o Comisiones) nacionales se conciben como una forma de crear espacios para lograr consensos sociales sobre los problemas y las posiciones éticas ante el avance de las tecnologías, las ciencias humanas, caracterizando las relaciones entre ellas, conectadas como un —puente hacia el futuro

Por ende, la creación de los consejos (comités, comisiones) nacionales de Bioética, ha estado llevándose a cabo en numerosos países de América Latina, entre los cuales puede señalarse a Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, México, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela; en Colombia se decreta la Ley 1374 del 8 de enero de 2010, mediante la cual se crea el Consejo Nacional de Bioética, (CNB), y aún se está a la espera de la reglamentación correspondiente.

Según la Ley 1374 de 2010, el CNB debe ser considerado como —un organismo asesor - consultivo del Gobierno Nacional, el cual propenderá por establecer un diálogo interdisciplinario para formular, articular y resolver los dilemas que plantea la investigación, supeditando la intervención sobre la vida, la salud, también en el medioambiente. De igual forma, contempla otras atribuciones como la elaboración e implementación de políticas públicas sobre las cuestiones de Bioética.

En este sentido, la mencionada ley estableció como objeto en su Artículo 1º, —... crear el Consejo Nacional de Bioética, determinar su integración, funciones, organización y financiación. De igual forma, en su Artículo 3º, parágrafo 2º, señala las tres instancias del Estado a quienes se les encarga la reglamentación de esta importante ley: —los Ministerios de Protección Social y de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, y Colciencias. Es de anotar, que hoy en día estos ministerios han cambiado su nombre, así: Ministerio de

Salud y Protección Social y Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, respectivamente.

Sucede pues, que la reglamentación establecida en el Artículo 3° aún no se ha promulgado, manteniendo en la inoperatividad la selección de los miembros a integrar el cuerpo deliberativo del CNB. Dada ésta situación, en la cual el Estado Colombiano se encuentra en mora en relación con la Declaración de la UNESCO referida a la aplicación de la normativa universal de los principios bioéticos, la sociedad civil y los académicos han iniciado acciones para adelantar respuestas a esta urgente necesidad.

Es así como durante los años 2011 y 2012, diferentes instituciones universitarias, expertos en la materia y miembros de las estructuras civiles, han mostrado preocupación en la formulación del proyecto de reglamentación de la estructura y funcionamiento del CNB; por ello, este problema es atendido en la investigación propuesta, de la cual, surgen algunas interrogantes.

Por consiguiente, la manifiesta falencia reglamentaria legal respecto al CNB ha permitido apreciar, a través de la experiencia del Investigador, aunado a los encuentros con profesionales en Colombia y Venezuela, que la sociedad colombiana en general está privándose de los beneficios claros, de los cuales disfrutaban otras sociedades, en cuanto poseen un consejo, comité o comisión de Bioética de orden nacional, el cual, por su misma naturaleza global y contando con diversas dimensiones: médica, biológica, tecnológica, social y ambiental, igualmente con las áreas educativa y política dentro del marco jurídico,

es un referente de primer orden para sus múltiples grupos de interés que conforman el complejo entramado socio-cultural colombiano.

Se cita el caso de Venezuela, por ejemplo, donde se ha diseñado en diversas oportunidades y legislado sobre las normas éticas que deben regir la investigación, al menos de forma muy clara desde el año 2002, cuando el Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (FONACIT) creado por dicho orden normativo, promulgó el Código de Bioética y bioseguridad, como atribución conferida por la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación del año 2001.

Este fue modificado en el año 2008 precisamente por la reforma de 2005 de la misma Ley, hasta llegar a la elaboración y publicación del Código de Ética para la vida, del año 2011. Todo ello, evidencia un compromiso de Estado para transformar la cultura científica y tecnológica como manera de encarar el futuro para las nuevas generaciones.

Mientras tanto, en referencia al proceso de paz en pleno desarrollo entre el gobierno Colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, FARC, con el cual se busca poner fin al conflicto armado Nacional configurado con una historia de más de 50 años, un CNB organizado y funcional sería un referente consultivo obligado de apoyo para las conversaciones e igualmente en las negociaciones en consideración a las repercusiones sociales y ambientales generadas por dicho conflicto tales como: (desplazamiento forzado y deforestación producida para adelantar cultivos ilícitos, entre otras), pero también, de las que se presentarán en la era post-conflicto, las cuales habrán de analizarse de manera prospectiva, inter, y transdisciplinariamente.

Al mismo tiempo, un CNB de Colombia, estructurado, pero además en pleno funcionamiento, es necesario como referente ideal en las cuestiones y retos propios del desarrollo de la tecnociencia, el cual fundamentalmente debe ser vigilado en todos sus ámbitos, en aras de que éste sea armónico con el medio ambiente y los asuntos propios de los distintos grupos de interés de la Sociedad, los cuales eventual y prospectivamente se vean aludidos, afectados o involucrados, de tal manera que se oriente hacia un desarrollo sostenible, respetuoso de toda forma de vida y garante de su permanencia indefinida sobre la Tierra.

Propósitos de la investigación

Propósito General

Abordar los fundamentos legales, epistemológicos, sociales, ambientales y administrativos que sirven de base para la organización y funcionamiento del Consejo Nacional de Bioética de Colombia, CNB, desde la visión global de la Bioética.

Propósitos Específicos

- Estudiar la normativa internacional sobre la creación, organización y funcionamiento de los Consejos (Comités, Comisiones) nacionales de Bioética.
- Revisar las experiencias latinoamericanas sobre la creación y funcionamiento de los Consejos nacionales de Bioética.

- Explorar el estado del arte de la normativa vigente en la regulación de Colombia sobre el Consejo Nacional de Bioética.
- Conceptualizar la estructura, los sistemas y mecanismos internos de gestión y funcionamiento del CNB de Colombia, desde la perspectiva de la Bioética global.
- Reflexionar, desde una prospectiva ético-jurídica, sobre la importancia del Consejo Nacional de Bioética de Colombia en la construcción de una ciencia para la vida.

Metodología utilizada

Se utilizaron, durante el proceso de indagación, los métodos y técnicas cualitativas provistas por el enfoque hermenéutico.

A fin de exponer de manera gráfica el recorrido metodológico de la interpretación, éste se presenta en el siguiente esquema:

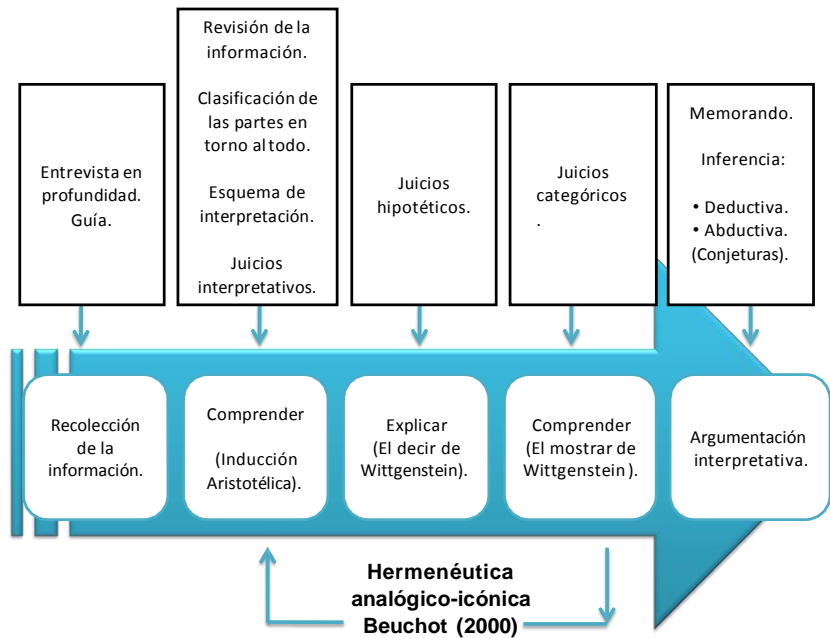


Gráfico 1: Fases del Programa Metodológico.

Fuente: Martínez (2009b), Beuchot (2000), Strauss y Corbin (2002), adaptado por Márceles (2013).

La técnica de investigación

La investigación, planteada desde la visión ampliada de la Bioética global, debe responder a un marco referencial de la realidad en la sociedad colombiana, el cual está impregnado por las concepciones y constructos sociales que se han acumulado con el devenir de los tiempos; aunado a ello se reviste de importancia la identificación de la cosmovisión de cada uno de los informantes clave, lo cual es develado a través de las palabras utilizadas y la lingüística empleada en sus discursos.

En este sentido, los discursos han sido analizados desde su contexto y realidades históricas, marcando de manera significativa los hechos descritos que hacen parte de sus vivencias. En

virtud de ello, se utilizó la hermenéutica analógica-icónica para el análisis hermenéutico del discurso oral, lo cual es necesario dada la complejidad y multidimensionalidad de la Bioética global. Los pasos que se han llevado a cabo para lograr comprender e interpretar los significados desde sus contextos, han sido guiados por la intencionalidad en la búsqueda del sentido de las palabras expresadas en lo analizado.

El instrumento de recolección de datos: La Entrevista en profundidad

La entrevista es considerada como una fuente primaria, de ella se obtiene la información del sujeto, la cual permite captar de manera holística los significados que éste tiene sobre el tema estudiado, en un contexto determinado, dejando traslucir también su cosmovisión. La entrevista en profundidad es de carácter cualitativo y contrasta con la entrevista estructurada (Vieytes, 2004). Asimismo, la entrevista cualitativa es flexible por ende muy dinámica, se constituye como una narración conversacional creada conjuntamente por el entrevistador con el entrevistado; la misma contiene un conjunto interrelacionado de estructuras que la definen como objeto de estudio.

Procedimiento de análisis de la entrevista en profundidad

Para Strauss y Corbin (2002), todo diseño sistémico resalta el empleo de ciertos pasos de análisis del material a revisar, el cual consiste en generar las categorías iniciales que dan significado a las mismas, eliminando su repetición mediante el ordenamiento conceptual en categorías. El siguiente paso, corresponde a la codificación abierta, donde se descubren las propiedades y dimensiones de las categorías identificadas; Posteriormente se relacionan las categorías con sus sub-categorías mediante la codificación axial de las más importantes, colocándolas como una categoría central. Las categorías centrales pueden estar

representadas por condiciones causales, acciones e interrelaciones, consecuencias, estrategias y contextos.

Mediante este proceso emergen los elementos y se explican los procesos o fenómenos que originan una teoría. La teoría puede ser presentada con las características de un informe o memorándum, apoyada con gráficos y matrices categoriales, matrices consecuenciales y diagramas conceptuales. A continuación se presenta el cuadro N° 1, el cual resume el programa metodológico de la Investigación:

Cuadro 1. CUADRO SINÓPTICO DEL PROGRAMA METODOLÓGICO

Propósito general: Abordar los fundamentos legales, epistemológicos, sociales, ambientales y administrativos que sirven de base para la organización y funcionamiento del Consejo Nacional de Bioética de Colombia, desde la Visión global.

Propósitos específicos	Método	Técnica	Instrumento	Procedimiento de Análisis
Estudiar la normativa internacional sobre la creación y funcionamiento de los Consejos (Comités, Comisiones) nacionales de Bioética.	Hermenéutico-dialéctico.	Análisis hermenéutico.	Matriz normativa internacional.	<ul style="list-style-type: none"> Establecer categorías. Conceptualizar. Contrastar e interpretar. Sintetizar la teoría.
Revisar las experiencias latinoamericanas sobre la creación y funcionamiento de los Consejos nacionales de Bioética.			Matriz jurídico-funcional.	
Explorar el estado del arte de las estructuras y normativa vigente en la regulación de Colombia sobre el Consejo Nacional de Bioética.			Matriz comparativa.	
Conceptualizar la estructura, los sistemas y mecanismos internos de administración y funcionamiento del Consejo Nacional de Bioética de Colombia, desde la perspectiva de la Bioética global.	Hermenéutico-analógico-icónico.	Argumentación interpretativa.	Guía de la Entrevista en profundidad.	<ul style="list-style-type: none"> Ordenamiento conceptual en categorías. Codificación Abierta y Axial. Registro de Análisis (memorandos). Memorando integral.
Reflexionar, desde una perspectiva ético-jurídica, sobre la importancia del Consejo Nacional de Bioética de Colombia en la construcción de una ciencia para la vida.	Análisis reflexivo, efectuado de manera sistémica, en el cual las partes se integran al todo.			

Fuente: Elaboración propia (2013).

1. La entrevista en profundidad, la interpretación y el análisis

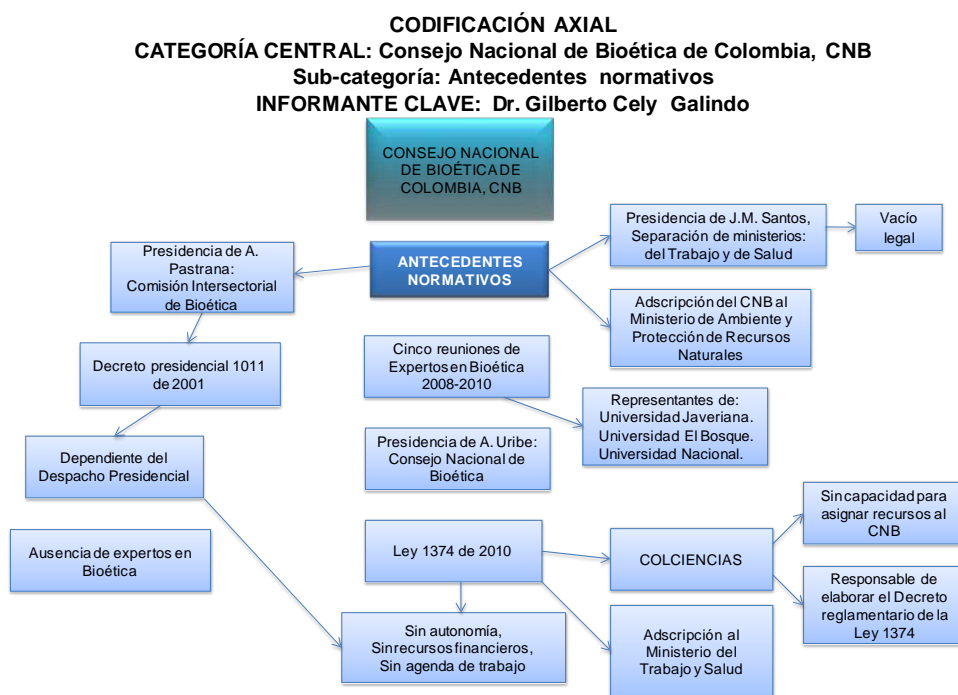
En la Indagación participaron tres (3) informantes clave, pertenecientes a diferentes ámbitos universitarios e institucionales. El diálogo abierto con los informantes se llevó a cabo utilizando la técnica de la entrevista en profundidad; en ningún caso se llevó a cabo una segunda entrevista, pero sí fue necesario que los entrevistados avalaran luego de la transcripción sus aportes, por lo cual fue remitido para que ellos dieran el aval de lo plasmado en las mismas, garantizando con ello la integridad de la información.

Los pasos siguientes a la recolección de la información consistieron en la transcripción de los diálogos, la interpretación y el análisis, siguiendo el análisis del discurso y los procedimientos descritos por Strauss y Corbin (2002), utilizando además la técnica de triangulación dentro lo aportado por los informantes clave, la teoría y el criterio del Investigador.

A continuación se presentan los resultados de la codificación axial de la Investigación, en relación con el informante clave No. 1: Dr. Gilberto Cely Galindo

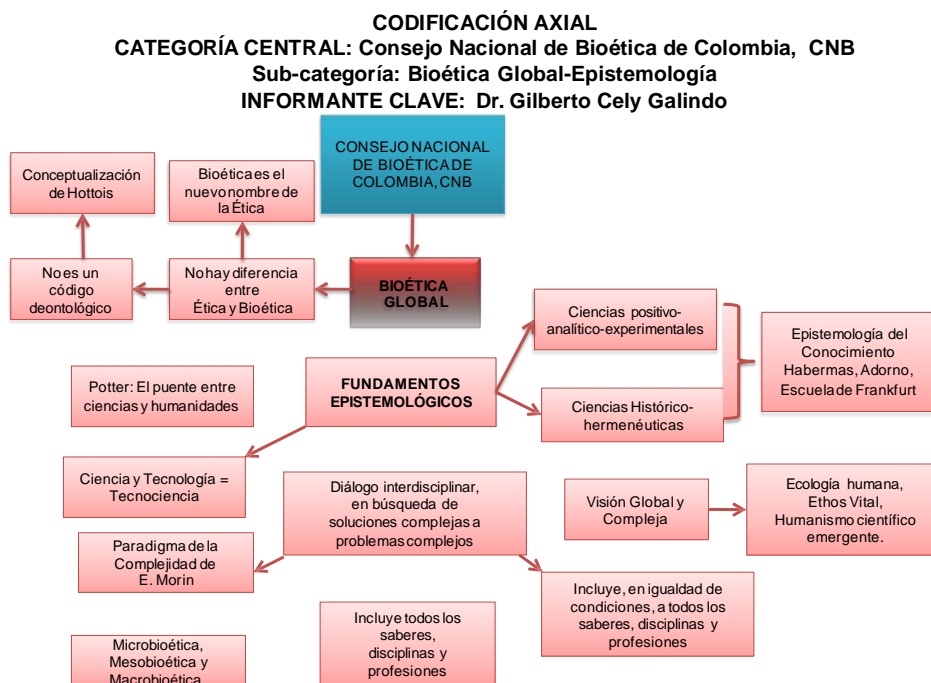
1.1. Codificación axial: Informante clave No. 1.

Gráfico 2



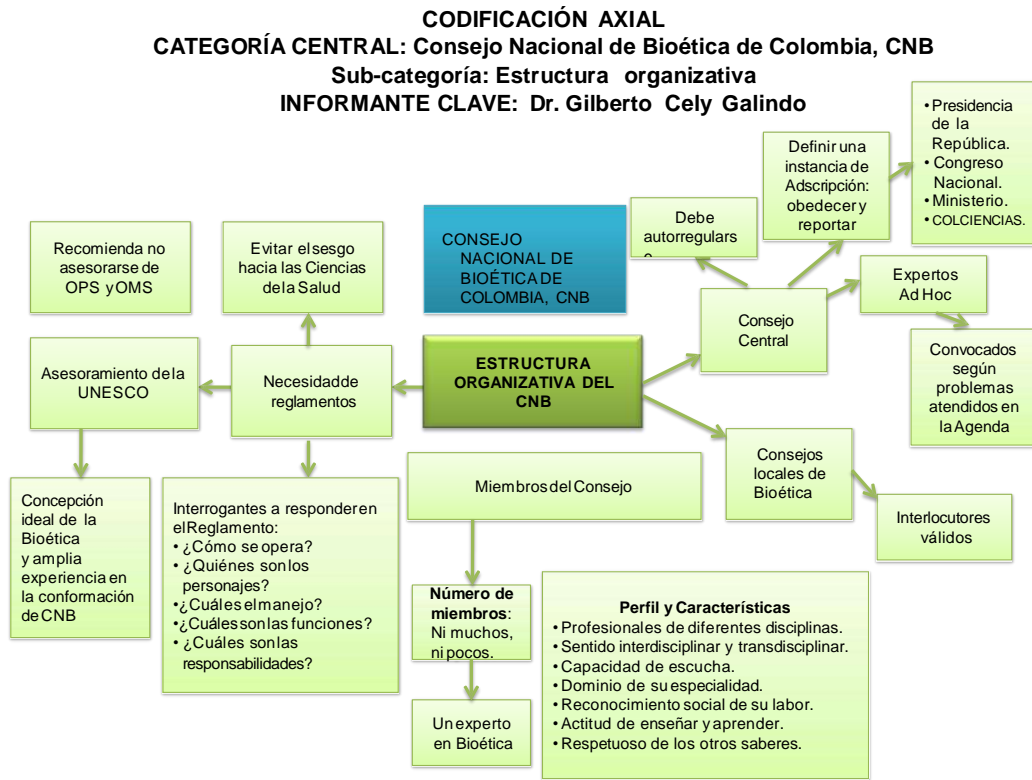
Fuente: Elaboración propia (2013).

Gráfico 3



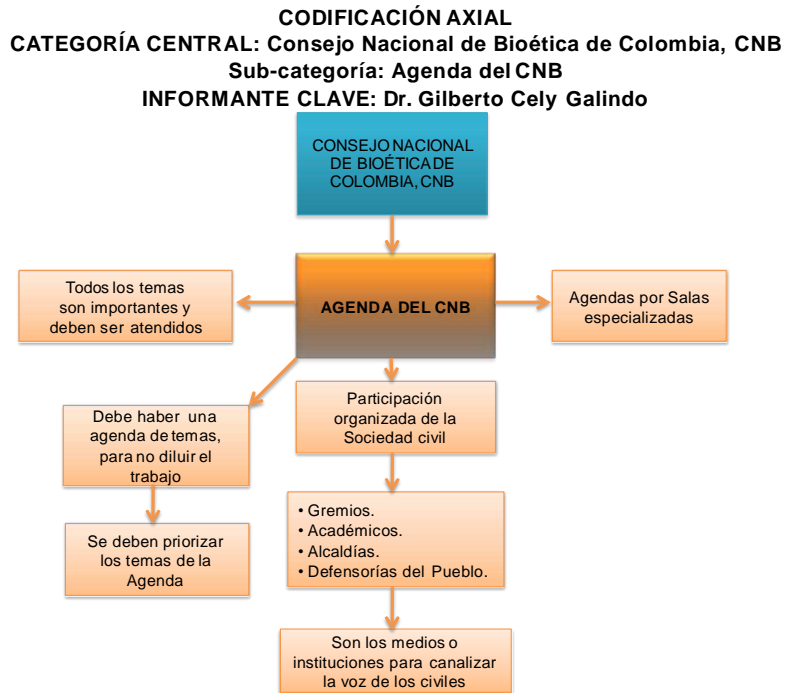
Fuente: Elaboración propia (2013).

Gráfico 4



Fuente: Elaboración propia (2013).

Gráfico 5



Fuente: Elaboración propia (2013).

Discusiones, conclusiones y reflexiones finales

Organización y funcionamiento del Consejo Nacional de Bioética de Colombia, CNB, desde la visión global

En primer lugar, y en cuanto a su deseable independencia ideológica y administrativa, debe considerarse la no adscripción del CNB a entidad estatal o gubernamental alguna. Para ello, se propone su autonomía a la manera de los bancos centrales del mundo, en nuestro caso el Banco de la República, el cual está organizado como persona jurídica de derecho público que goza de autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio, en virtud de la Constitución política de Colombia de 1991 y la Ley 31 de 1992.

Si la función primordial del Banco de la República y, en general, de un banco central, es la de preservar el poder adquisitivo de la moneda del País, controlando la inflación a través de operaciones monetarias, crediticias y cambiarias, de manera análoga, la función cardinal de un consejo nacional de Bioética es la de preservar la vida o, por lo menos, propender por ello. En atención al carácter consultivo, deliberativo, argumentativo y neutral del CNB, sus decisiones deben estar claramente desmarcadas del contexto político-administrativo de turno.

De esta manera, el CNB de Colombia entrará a ser un jugador de la más alta importancia para la vida económica, política y social del País, con criterio independiente, como el referente de opinión por excelencia para las decisiones más

importantes que deban enfrentarse para garantizar o apuntalar el desarrollo sostenible del País.

En cuanto al número de miembros permanentes del CNB de Colombia, la Ley 1374 de 2010, mediante la cual se creó el CNB de Colombia, señala un número mínimo de quince (15); sin embargo, éste parece insuficiente al revisar el caso notable y ejemplar del Brasil, pues el número de miembros que conformarán su Consejo Nacional de Bioética (actualmente el proyecto de ley correspondiente se encuentra en trámite), que es de 21, así como el equilibrio en su composición, respetando la diversidad social y cultural de ese país, muy similar a la de Colombia, se determinó luego de agudas discusiones en el marco de consultas públicas previas.

De esta manera, los 21 miembros titulares del CNB del Brasil estarán conformados así: 6 representantes de la sociedad civil, 3 de las ciencias biológicas y de la salud, 3 de filosofía y de las ciencias humanas y sociales, 3 de las ciencias exactas y de la tierra, 3 especialistas en Bioética y 3 nombramientos por parte del Presidente de la República. Además, cada uno de estos miembros tendrá un suplente.

Cabe señalar también, que para el trabajo de preparación del proyecto de ley para la creación del CNB de ese país, se consultaron los modelos de consejos, comités o comisiones nacionales de Bioética, de varios países, particularmente Alemania, Bélgica, Dinamarca, EE.UU., Francia, Italia, Portugal y Reino Unido de Gran Bretaña. No deja de llamar la atención, que no se mencione aquí a ningún país del contexto latinoamericano. De igual manera, no se hace referencia a los CNB con mayor antigüedad, los cuales son los de Francia y Bélgica, en su orden.

No obstante lo anterior, la Ley 1374 de 2010, mediante la cual se creó el CNB de Colombia, garantiza, en forma muy acertada, que al menos un tercio de los miembros del Consejo deben ser expertos en Bioética.

Debe revisarse la posibilidad de reformar la citada Ley 1374, para determinar la conformación del CNB de Colombia en 21 miembros, 7 de los cuales han de ser expertos en Bioética. En consecuencia, el decreto reglamentario pertinente, el cual deberá considerar el mecanismo de postulación y nombramiento de los miembros del Consejo por parte del Presidente de la República de Colombia, así como la asignación de recursos y la logística de operación o funcionamiento, deberá además determinar la formación o especialidad de sus miembros.

Resulta relevante señalar además, que la Ley 1374 de 2010 no prevé el importante aspecto logístico que reviste el tema de los suplentes de los miembros titulares del CNB, asunto que deberá ser considerado en la nueva ley que surja como producto de la revisión de la misma, así como también, en el decreto reglamentario pertinente.

Como consideración final a su funcionamiento, en el decreto reglamentario correspondiente, debe contemplarse el aspecto fundamental de toda organización, especialmente de carácter público, como lo es la presentación periódica de un informe de gestión y rendición de cuentas. En este sentido, es deseable que la presidencia del CNB sea responsable de presentar y sustentar, personalmente, un informe anual ante el Congreso de la República, como también, informes puntuales periódicos o consultas que, sobre algún tema o asunto en particular, le sean solicitados por las más altas esferas de las ramas legislativa, judicial y ejecutiva del País.

Agenda del Consejo Nacional de Bioética de Colombia, CNB

Se presentan tres aspectos identificados en relación con la Agenda del Consejo Nacional de Bioética de Colombia, CNB; ellos son: 1. La temática y su priorización; 2. La agrupación de temas; 3. Articulación de la temática de la agenda.

En general, todos los temas son importantes; sin embargo, la temática de la Agenda del CNB de Colombia ha de contener los siguientes seis grandes grupos de temas: a. Ética por la vida humana, b. Ética por las demás formas de vida en el Planeta, c. Medio ambiente; d. Salud; e. Educación, y f. Ciencia y tecnología, considerando su impacto sobre toda forma de vida. En este contexto, los temas o sub-temas conformantes de estos grandes grupos deben priorizarse según la importancia que revistan en función de su problemática social y del plazo necesario para su solución. La renovación de los temas de la Agenda debe irse dando naturalmente, en la medida en que vayan conociéndose avances científicos y tecnológicos.

Seguidamente, los temas deben agruparse por afinidad o en función de algún aspecto, factor, variable o denominador común, de tal manera que la Agenda se organice en sub-agendas o agendas por sala temática o especializada. De esta forma se propenderá por una mejor organización en términos de la especialización o afinidad temática, con lo cual se facilita la atención por parte de expertos en cada materia, a la vez que se evita la dilución o disgregación del trabajo. En este mismo sentido, cuando las características propias del tema o problema así lo exijan, deberán conformarse comités *ad hoc*, en los cuales se cuente con el concurso de expertos externos de reconocido prestigio en su ámbito de desempeño.

En relación con la participación de la sociedad en la elección de los temas de la Agenda, los interlocutores idóneos para este fin son los comités de ética de investigación y comités de bioética de distintas instituciones, preferiblemente agrupados en gremios o asociaciones; asimismo, otros gremios, asociaciones o grupos de interés (*stakeholders*) de cualquier otra índole podrán elevar consultas o proponer temas al CNB. Otras instituciones u organizaciones consideradas como interlocutoras válidas para el CNB, son la Academia, las alcaldías municipales, las gobernaciones departamentales, la Defensoría del Pueblo y, en general, las instituciones estatales de las ramas del poder público como son la legislativa, la ejecutiva y la judicial.

Por las consideraciones aquí expuestas y en función de su carácter consultivo, es deseable aprovechar las facilidades que brinda actualmente el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC, en cuanto a que el CNB, en su reglamento interno de funcionamiento, deberá considerar un portal o sitio web propio, en el cual no solo puedan descargarse los estudios, informes, resultados de consultas y juicios emitidos por el mismo, sino también, puedan subirse las consultas de sus distintos grupos de interés, debidamente organizados; esto último es así, dado que sería impracticable, por parte del CNB, atender las consultas individuales de parte de los ciudadanos.

Fuentes de consulta

Comisión Nacional de Bioética (CONBIOÉTICA) (2012). *Informe de Rendición de Cuentas 2006-2012*. México. CONBIOÉTICA.

Comisión Nacional de Bioética de El Salvador (2011) *Reglamento Interno de la Comisión Nacional de Bioética*. San Salvador: Ministerio de Salud (MINSAL).

http://www.unesco.org.uy/shs/red_cnb/fileadmin/shs/

[Red CNB/El Salvador/REGLAMENTO.pdf](#).

Fonseca, M. *et al.* (2006). Historia y fundamentos de la bioética: en camino hacia la biopolítica. Universidad Nacional de Colombia.

ONU. (1948). *Declaración Universal sobre los Derechos Humanos*: París: Organización de las Naciones Unidas.

Potter, V. (1971). *Bioethics: Bridge to the Future. Perspectives in Biology and Medicine*. New Jersey. Prentice Hall.

Potter, Van Rensselaer. —Global Bioethics with Humility and Responsibility. *Biomedical Ethics*, the Newsletter of the European Network for Biomedical Ethics. Vol. 5, No. 2, pp. 89-93 (2000).

Strauss A., Corbin J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa*. Bogotá: Editorial Universidad de Antioquia.

UNESCO. (1997). *Declaración Universal sobre el Genoma Humano y los Derechos Humanos*: París. UNESCO.

UNESCO.(2000). *Protocolo de Cartagena sobre seguridad de la biotecnología del convenio sobre la diversidad biológica*. Montreal. UNESCO.

UNESCO. (2003). ***Declaración Internacional sobre los Datos Genéticos Humanos***.Francia. UNESCO.

UNESCO. (2005). “*StablisingEthicsCommittees*” *Guide n° 1*. París: UNESCO.

UNESCO. (2006). *Funcionamiento de los comités de Bioética:procedimientos y políticas*. París: UNESCO.

UNESCO. (2007). *Guía No3. Capacitación de los Comités de Bioética*. París: UNESCO.

UNESCO. (2012). *Red de América Latina y el Caribe de Comités Nacionales de Bioética*. Recuperado el 25 de enero de 2013, de http://www.unesco.org.uy/shs/red_cnb/es/areas-de-trabajo/ciencias-sociales/bioetica/red-de-alc-de-comites-nacionales-de-bioetica/cnb-de-argentina.html.

UNESCO. (2012). *Red de América Latina y el Caribe de Comités Nacionales de Bioética*. Recuperado el 26 de enero de 2013, de http://www.unesco.org.uy/shs/red_cnb/gn/areas-de-trabajo/ciencias-sociales/bioetica/red-de-alc-de-comites-nacionales-de-bioetica/cnb-de-bolivia.html.

Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. Buenos Aires: De la ciencia.

La inclusión financiera en las regiones migratorias de hidalgo

Dr. César Pérez Marcial

Colegio del Estado de Hidalgo.

Resumen

Los aspectos financieros cercanos a la migración van más allá del peso específico de las remesas en la balanza de pagos y de los flujos internacionales, las remesas en términos de gasto consumo pueden ser identificadas como el factor de arranque para ciertos componentes del desarrollo local. Parcialmente son los proyectos productivos la opción de primer orden que se ha apoyado para emprender la disminución de la pobreza y la ocupación de la mano de obra, ejemplos innumerables de lo anterior son las acciones emprendidas por el programa tres por uno y la inversión en negocios familiares; a nivel práctico existen vacíos en el manejo de los recursos que se acumulan como lo es para las remesas colectivas o son destinados para otros aspectos ocasionando fallas en su planeación o desempeño; a nivel familiar en los diversos municipios del estado de Hidalgo es donde aspectos sutiles como la bancarización y la educación financiera jugarán un papel preponderante en la administración de los negocios con la tentativa de disminuir la vulnerabilidad y en el largo plazo la baja dependencia de los recursos externos, sin embargo las condiciones del mercado y la integración del sector provoca una problemática aún más compleja para la gestión y aprovechamiento de los envíos.

Palabras clave: Servicios financieros, Migración, Remesas

Introducción

La Inclusión Financiera (IF) tiene características de uso cotidiano en el ambiente académico, especialmente en el de teoría económica y por supuesto en el de las políticas públicas, a pesar de no ser lo suficientemente completa su explicación o interpretación se le reconoce como una potente idea que con su fuerza va ganando adeptos entre los actores públicos, privados, tanto económicos como políticos de variadas sociedades.

La IF se ha convertido como muchas otras cosas en una de las consecuencias de las condiciones globales pero en la que descansan los intereses de millones personas que se encuentran o viven en pobreza, marginalidad, abandono, pero que buscan un apoyo para intentar solventar complicaciones del futuro. Las instituciones específicas de los gobiernos nacionales intentan la integración de la población bajo ciertos paradigmas en las que se encuentran principalmente, el bajo nivel de manejo de los componentes financieros, propiamente su lenguaje y su lógica (educación financiera) y la desconfianza en las instituciones financieras (actuación de estados y banqueros).

Existen diferencias entre los sistemas financieros inclusivos y tradicionales una de estas pero una de ambas exista la consideración del usuario o potencial usuario como conocedor de las operaciones y lógica de las transacciones financieras; es él actor central que busca el beneficio e intuye que su acercamiento a las instituciones financieras y a sus servicios, pueden serle de utilidad, de beneficio por lo que deposita, retira, compra, paga, vende (genera una serie de transacciones) para incrementar su posibilidades en la vida. Por lo que es el —protagonista anónimo‖ de la Inclusión Financiera.

Por otro lado se encuentran los operadores o intermediario financiero que no se detienen a observar al cliente, ni su condición o situación lo crucial es captar la atención del cliente por medio de eficiencia en el uso de los productos y servicio que demuestre efectividad en resultados.

Parte de lo anterior genera una exclusión por parte de los sistemas tradicionales que en función de los intereses corporativos, evitan a los amplios sectores sociales, que en la actualidad buscan una integración a los nuevos modelos de del mercado global, por lo que se emprenden nuevas formas y otros actores financieros (públicos y privados), que para consolidarse deben ser capaces de ofrecer productos y servicios financieros eficientes, baratos, inmediatos y seguros.

El mercado de los servicios financieros

En la actualidad existen factores que incrementar el papel de los servicios financieros, los paquetes tecnológicos son los de mayor implicación en el aspecto decisivo, los niveles, volúmenes y actualidad de la comunicación e información son capaces de integrar bajo un mismo ambiente y con un interés en común: la inclusión financiera en los distintos mercados de dinero.

Al referirse a la tecnología de la comunicación-información, se habla concretamente del teléfono móvil o celular. Estudios marcan este fenómeno, que se incrementa en dos caminos: el uso del celular como un elemento del potencial económico para el sector financiero tradicional y sobre todo para las características del sistema financiero y social inclusivo (BID, 2009).

No solo se trata de una plataforma tecnológica, es sustento real y operativo del nuevo mercado por donde fluyen volúmenes de recursos monetarios. Banco Mundial muestra las dimensiones en América Latina donde el 98% del territorio tiene recepción de señal de celulares, y el 84% de los hogares cuenta con el servicio de telefonía móvil (Consultative Group to Assist the Poor, The World Bank Group, 2010).

Existen otros aspectos o elementos para la IF en las sociedades actuales tales como la apertura política de países y gobiernos, con la disponibilidad de reforzar la tendencia de políticas públicas inclusivas; la entrada de organismos internacionales especializados y de forma paralela el debate académico, teórico, práctico y metodológico de este tema en distintos foros públicos y privados que en su conjunto y por medio de los medios de comunicación adquiere más realce. Se trata del posicionamiento de la IF que podría llegar a tener tintes estratégicos en economías nacionales en tiempos de los servicios digitales (Alfaro, 2010).

Para una de las regiones más desiguales pero no por eso pobre como es Latinoamérica toma importancia la búsqueda de estrategias para reducir la proporción de su población que está excluida de los mercados formales de los Servicios Financieros (SF) y que esto también limita sus posibilidades de desarrollo; la población adulta no tiene acceso a productos financieros básicos en instituciones formales como son una cuenta de ahorro, tampoco la opción contar en algún momento con un crédito (montos menores) ni la posibilidad de acceder a esquemas de aseguramiento, no tienen las facilidades realizar sus transacciones sin efectivo (Fernández de Lis, 2011).

Además de que se encuentran en áreas rurales y o remotas que incrementan las dificultades de traslado para transacciones sencillas, como recibir pagos o subsidios. Reportes muestran que el acceso a SF son un factor crítico para un incrementar de manera incluyente la calidad de vida, por que superan barreras de contacto entre personas o microempresas, fortalecen su condición disminuyendo su vulnerabilidad y de manera directa el acceso reduce costos para tramites, suma la seguridad y disminuye tiempos de manejo de efectivo, facilitan la recepción de remesas y transferencias (BID, 2010b).

La IF posibilita en un inicio la oportunidad y desarrollo de la acumulación de recursos vía ahorro y de manera secundaria permite realizar pagos o recibirlos con un colateral que sería los inicios de una cultura financiera que significaría acceder a créditos, seguros y productos financieros de mayor complejidad (Buchenau, 2010). De manera empírica y otras por estudios realizados se describe la correlación entre el acceso a servicios financieros con la obtención de crédito. El impacto que se tiene en la reducción de la pobreza por medio de la expansión de pequeños negocios, la generación otros ingresos adicionales, la inversión productiva en segmentos de bajos recursos y en la calidad del empleo (Dittus y Klein, 2011).

Recientemente en países latinoamericanos se han emprendido programas que fomentan la IF de manera obligada incluyen acciones en tres niveles: a) Cambiar los marcos normativos b) Adquirir recursos para la oferta de SF que incluyan productos alternativos a los ya tradicionales, adaptables a las necesidades de poblaciones menos favorecidas y c) Apoyar y asesorar para la sustentabilidad de empresas financieras, lo que puede significar subsidios para compensar costos por la oferta de SF. Además se trata

actualmente de integrar a las nuevas tecnologías que en forma de canales y herramientas permitan soportar y proveer servicios eficientes, rápidos y de bajo costo. Sin embargo, existen riesgos, sin una cultura o educación financiera es posible la generación de condiciones para el endeudamiento o el acceso a créditos para gastos suntuarios, que podría debilitar la situación del deudor, de los SF así como de la IF.

Lo integral de la inclusión financiera

Con el antecedente de un sistema financiero bien desarrollado es crucial para el crecimiento económico y la eliminación de la pobreza, ya que en estos contextos las imperfecciones del mercado financiero, los costos de transacción además de las debilidades institucionales restringen la integración, actuación y funcionalidad de las finanzas propias de hogares de muy bajos ingresos, del sector micro empresarial y de las economías en el sector rural (Central Bank of Brazil, 2010). El acceso a servicios financieros produce dinámica de actividades en economías locales, genera nuevas capacidades que optimizan recurso, eleva los ingresos e integra a los actores al eliminar imperfecciones de los mercados, todo en un nivel de inicio local hasta lo nacional.

Lo anterior marcado por el alto impacto que tiene este caso por la correlación positiva entre acceso a servicios financieros y el crecimiento económico (Levine, Loayza, y Beck, 2000). Para finales del 2010, el G-20 impulsó la Alianza Mundial para la Inclusión Financiera con la conformación de un grupo para la IF y un sub grupo para la Innovación.

Visión histórica

Las micro finanzas son de amplia tradición; Los ahorros informales y grupos de crédito tienen antecedentes desde el siglo XV. En Alemania por 1800 surge un modelo de finanzas vía cooperativa de este se hacen adaptaciones al modelo y se replica a principios del siglo XX en las zonas rurales de América Latina.

A mediados de ese mismo siglo, para incrementar las opciones de otorgamiento del crédito agrícola se fundan instituciones financieras estatales, que reportaron pérdidas por la aplicación vía subsidio y complicaciones en la recuperación. Es hasta 1970 que se conforma la idea de —microcrédito para integrar a pequeñas asociaciones de mujeres microempresarias. Posteriormente en los 80 se incrementa la capacidad metodológica para el otorgar crédito y se logran nuevos modelos con sostenibilidad; para los 90 el concepto de microcrédito cambia a una idea más amplia de micro finanzas.

Para los últimos años se fortalece la tendencia entre las Instituciones de Microfinanzas (IMF) de modificar y variar su modelo de monoproducto a multiproducto, aprovechando condiciones y características del mercado, pero con carencias importantes en la regulación supervisión, sin embargo contaron con la oportunidad de reducción de costos de fondeo y ampliar su opciones de SF (incluyendo el pago de remesas) además de la capacidad de captar ahorro. Por otro lado incrementaron la cobertura geográfica y diversificaron el riesgo atendiendo a un sector con potenciales y con el incremento de clientes (hacia zonas rurales y peri urbano) para lo cual contaron con importantes mecanismos por medio de innovaciones en metodología y tecnología de trabajo para la atención de los agentes económicos, ya al final de esa década existían los primeros pasos para la regulación.

Mismos aspectos que fueron reflejados en las tendencias de cooperativas de ahorro y crédito que, pudieron incrementar la oferta de productos y servicios que se consideraban propios de la banca comercial. A pesar de los cambios en el sector de las IMF existen vacíos en la ampliación y promoción del acceso a SF en localidades lejanas y de bajos ingresos

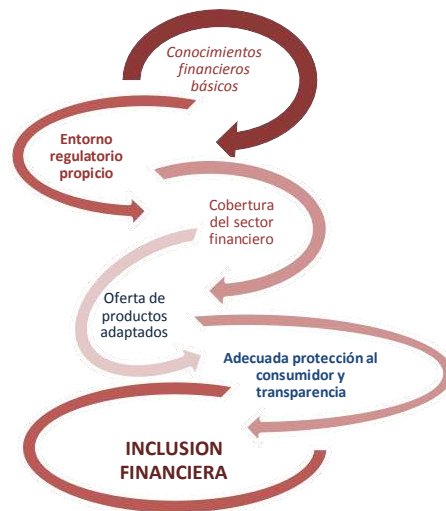
Esta transición a sistemas financieros inclusivos se debe al reconocimiento de la necesidad de acceso a instrumentos y SF de calidad, de costos justos, sin hacer imprescindible la actividad micro empresarial, lo que da como consecuencia la reducción escenarios negativos que impactan en los ingresos y de esta forma se apoyan a la calidad de vida.

Acotaciones al concepto de inclusión financiera

Ante el consenso sobre la importancia de la IF, no hay paralelo en su definición, se habla también de —bancarizar a los no-bancarizados‖ en extremos se conoce como parte estructural de la —banca móvill, pero de manera amplia se debe reconocer como la participación y uso de SF formales por la población que ha sido excluida, lo anterior tendrá como producto un crecimiento económico junto con mayores posibilidades de inversión (Fajury y Gomez, 2009). Asmundson (2011) menciona que los SF comprenden componentes significativos tales como la consideración de un servicio financiero como la transacción para obtener un bien financiero, con variaciones en las transacciones (inmobiliarias, al consumo, seguros y bancarios, obviamente la inversión), otra es que el sector financiero es un intermediario y que los servicios financieros apoya al uso del dinero de una manera productiva.

También se considera que la IF es amplia como concepto y que conecta elementos complementarios (ver figura 1) desde los marcos regulatorio adecuados, la oferta de los productos ajustados (pagos, ahorros, créditos, seguros), la capacidad de tener un nivel de cobertura, acceso a canales amplios(tradicionales y modernos) para servicios de calidad a precios razonables, potencial de amplia seguridad y eficiencia además de la promoción de educación y cultura financieras, junto con formatos de transparencia de la información.

Figura 1 **Integración para la inclusión financiera**



Fuente:

Elaboración propia a partir de Moya C.

Las condiciones de cultura financiera y de exclusión tecnológica son dos de las más importantes a atender en contextos amplios. Otra complicación es la razonable y justa integración de los costos a la prestación de servicios a los usuarios. La normatividad de información limita la información adecuada, en especial de los sectores informales, lo que incrementa riesgos, protección a los derechos de acreedores, ejecución de garantías, cargas impositivas que distorsionan el control de las tasas de interés y préstamos dirigidos (Gardev y Rhyne, 2011). Además de marcos más amplios como son los que conectan los niveles de prevención del riesgo de lavado de activos, conocidas como

know your customer, esto especialmente limita el acceso a SF a la población de bajos ingresos, también a los que tienen actividades productivas informales ya que carecen de documentos que acrediten su actividad o su persona para abrir una cuenta.

La IF podrá ser vista como política pública al conformar un sistema financiero inclusivo que pretenda y pueda poner al alcance de personas con bajos ingresos servicios financieros (transacciones, remesas, ahorro, microcrédito, tarjeta de crédito, crédito vivienda y seguros) lo anterior significa cambiar en parte la visión y manejo de las instituciones financieras, reguladores, supervisores y operadores, además de contar con condiciones de seguridad en amplios niveles, se trata de —re estructurar‖ la idea del mercado de servicios financieros hacia modelos sencillos en condiciones tecnológicas de amplio soporte, abrir, crear canales accesibles con potencial de cobertura, con instrumentos en formatos de adaptabilidad y a bajo costo, de amplio beneficios sin cargas extras por comisiones fijas, montos bajos, por número de operaciones, además de presentarse con transparencia y abiertos en su uso. El nuevo desarrollo de instituciones que permitan la fiscalización y revisión de los actores, generando niveles de información confiable y actualizada, junto con marcos normativos abiertos que permitan la conexión de instrumentos y actores para mejorar e incrementar la competencia (Mas y Siedek, 2008).

El mercado al que va dirigida la inclusión financiera es que se forma por la población de menores recursos o bajos ingresos, aquella que se encuentra en la base de la pirámide social a la cual se le busca un camino para incorporarla a beneficios del crecimiento económico, por medio del acceso a servicios básicos pagos y remesas, en otro nivela se a los elaborados o complejos como pueden ser los créditos y seguros. Una política

pública de IF debe buscar la llegada de más usuarios y e instrumentos a los sistemas financieros, disminuir el costo por ellos, así como las limitantes para hogares, personas y empresas cuenten entre sus planes, consolidar sus medios de capitalización y desarrollo (Siedek, 2007, 2007b).

La IF en México y en regiones migrantes de hidalgo

México está conformado por 84,786,779 adultos, lo que representa el 72% de la población y de estos el 60% no cuentan con un instrumento de ahorro en cualquiera de las instituciones financieras comerciales (CNByV, 2013) esta condición se incrementa aún más en las localidades de difícil acceso y en las de menores ingresos, provocando un elemento que suma a la vulnerabilidad de la población que con este nivel de limitaciones será complicado responder ante los acontecimientos inesperados como crisis económicas o situaciones extremas en el ámbito familiar para enfrentar accidentes, defunciones pérdida de empleo etc. (López, 2011).

La baja solicitud de servicios financieros al mercado formal se puede reflejar en la demanda de los mismos a particulares (prestamistas agiotistas o familiares) sin importar el alto riesgo y los costos a pagar por el servicio, paralelamente la ausencia de productos financieros adecuados especializados a sus necesidades lleva a la población al manejo exclusivo de los valores en efectivo, con la perdida en ahorro y al interés por el manejo o inversión de los excedentes que pueden ser importantes para incrementar las condiciones de vida.

De manera contraria la llegada de la tecnología de la comunicación vía telefonía celular ha logrado cubrir al 81% de la población adulta (ver cuadro 1) por lo que éste se ha visualizado como el canal para otorgar los SF a la población mexicana siendo lo de

menores ingresos los principales beneficiarios con esta oportunidad de acceder a servicios básicos de transferencias y pagos electrónicos.

La telefonía celular permite transferir información almacenar recursos electrónicos que permiten hacer transferencias, pagos, compras en establecimientos comerciales, por medio de instrucciones en el mismo dispositivo, así pues la población de menores ingresos en localidades remotas, donde por mercado a la banca comercial le resulta poco sostenible sería posible a SF de múltiples empresas y establecimientos (Prieto 2009).

Cuadro 1

Transacciones por telefonía celular

Estado	Contratos celular	Pob. adulta	Estado	Contratos celular	Pob. adulta
Aguascalientes	22,942	870,476	Morelos	22,604	1,361,873
B. C.	34,047	2,454,908	Nayarit	17,069	838,320
B. C. S.	10,983	515,783	Nuevo León	58,853	3,622,618
Campeche	16,314	634,098	Oaxaca	29,695	2,750,419
Coahuila	27,683	2,074,675	Puebla	53,103	4,212,372
Colima	5,858	509,744	Querétaro	24,248	1,379,777
Chiapas	44,612	3,422,536	Q. Roo	16,634	1,056,908
Chihuahua	35,319	2,592,269	S. L. P.	28,214	1,898,746
D. F.	345,444	6,924,445	Sinaloa	24,573	2,119,084
Durango	10,282	1,217,643	Sonora	28,508	2,045,927
Guanajuato	85,213	3,999,311	Tabasco	35,248	1,657,151

Guerrero	35,410	2,399,584	Tamaulipas	23,715	2,513,837
Hidalgo	40,219	1,990,252	Tlaxcala	8,280	868,426
Jalisco	148,793	5,532,991	Veracruz	112,995	5,765,203
México	212,671	11,758,959	Yucatán	24,836	1,505,393
Michoacán	54,249	3,203,122	Zacatecas	11,177	1,089,929

Fuente: Elaboración propia a partir de CNByV 2013

Además del acceso a SF vía celular este canal permite incorporarse al sistema financiero formal, disminuye costos y logrando beneficios. Es a partir de un nuevo marco regulatorio vigente desde agosto del 2011 en México se permite el uso del celular para acceder a SF. Debido a estas adaptaciones del nuevo marco regulatorio, bancos asociados con operadores en comunicaciones, extenderán la oferta entre los nuevos posibles usuarios que no es captada por el sistema bancario tradicional.

A pesar de los avances en el desarrollo de infraestructura bancaria, en México sólo el 43% de los municipios tiene acceso a una sucursal de alguna institución financiera. Existen apenas 1.82 de estas sucursales tradicionales por cada 10,000 adultos, esto se convierte a un bajo acceso y uso de servicios financieros; ejemplo de esto son las 7,685 cuentas de captación, 8 cuentas de ahorro y 2,445 nominas por cada 10,000 adultos. Lo que contrasta con el uso del 81 % de la población de la telefonía celular lo que este canal tendería a convertirse en el canal de los SF con un marco flexible e innovador.

Para que los servicios financieros móviles sean atractivos es importante posibilitar y convertir con facilidad y bajo costo el efectivo en dinero electrónico, y viceversa. Para ello se debe contar con la cantidad y disponibilidad de lugares para realizar operaciones financieras. Con el cambio al marco regulatorio se han creado los *corresponsales*

bancarios por las cuales las instituciones financieras tendrán contacto con cadenas, establecimientos comerciales, ofertar los SF a nuevos mercados y localidades. De esta forma hay oferta de valor agregado, como la cercanía, facilidad de transacción y disponibilidad de recursos financieros. En el otro lado la expansión de puntos, donde resulta baja rentabilidad o inviable una sucursal. 13 instituciones bancarias en México han creado la relación de corresponsalía con 632 establecimientos y cadenas comerciales.

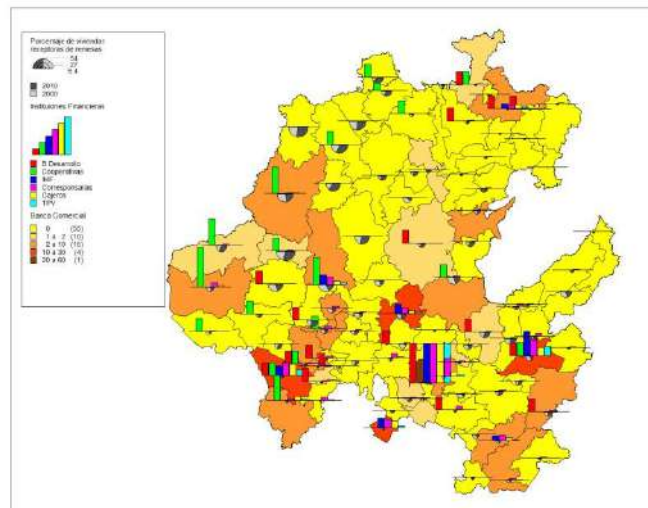
Para el estado de Hidalgo un poco menos del 71% de la población es adulta, lo que muestra un patrón cercano al nacional, a pesar de las diferencias socioculturales existen amplias limitaciones para la cobertura de SF especialmente por la separación geográfica existente entre las localidades que se presentan como el mercado tradicional de las instituciones bancarias (Ver Mapa 1) en donde solo 30 de los 84 municipios cuentan con al menos una de estas instituciones.

La concentración bancaria se refleja con el bajo nivel de IF, 20 municipios cuentan con el 95% de las instituciones, paralelo es el caso de la banca de desarrollo que se encuentra en solo 18 municipio coincidentes con lo anteriormente descrito, y se repite para las cooperativas, se incrementa la concentración de las microfinancieras presentes en tan sólo 8 municipios, sólo en 44 de los 84 municipios se cuentan con alguna institución, reconocida autoridades responsables. Es Pachuca de Soto la de mayor concentración de instituciones, a pesar de no contar con cooperativas registradas, le siguen Tulancingo de Bravo, Tula de Allende, Ixmiquilpan, Huejutla de Reyes, Tezontepec de Aldama, San Felipe Orizatlán, Tizayuca, Actopan, Tepeji del Río de Ocampo, Tepeapulco, Zimapán, Mixquiahuala de Juárez, Huichapan, Atotonilco El

Grande, Cuauhtepc de Hinojosa, Tecozautla, Tasquillo, Atitalaquia, Huasca de Ocampo y Metztitlán todas estas con al menos dos tipos de instituciones en el abanico de opciones de acceso a SF.

Mapa 1

Mercado de servicios financieros para las remesas en Hidalgo



Fuente Elaboración propia a partir de CNByV y CONAPO

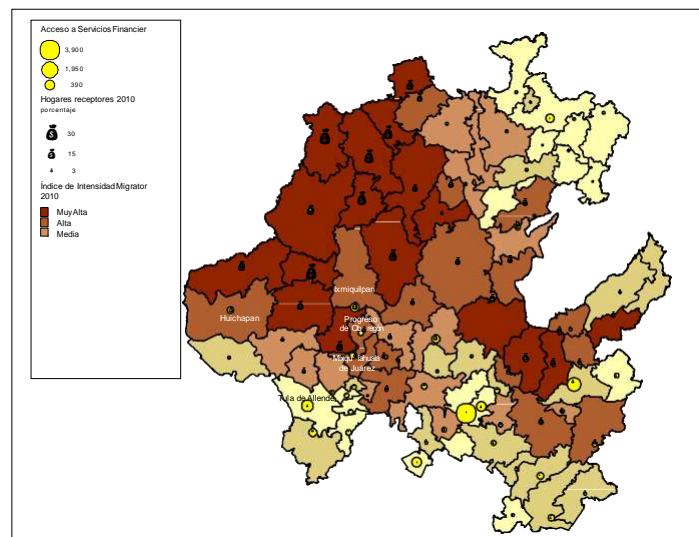
De manera amplia se habla de la separación de las regiones por la distancia y el aislamiento y en este contexto son las correspondencias los agentes que pueden ayudar a ofrecer SF a la población de estas áreas ya sea por el acceso a nuevos productos financieros a través del pagomóvil por la potencia de la red de correspondientes bancarios que servirá como canal para la activación y el uso de cuentas asociadas a teléfonos celulares, en localidades o poblaciones, donde la infraestructura bancaria tradicional es insuficiente para satisfacer la demanda.

Dentro del contexto de la migración y su resultante económico que es la recepción de remesas, ya en dos mediciones realizadas por el CONAPO en su Índice de Intensidad

Migratoria 2010 (IIM) se ha definido una amplia zona del estado de Hidalgo (ver Mapa 2) que se asocia directamente a la integración de la población a los circuitos migratorios con el porcentaje de hogares que reciben remesas entre otras variables en la categoría de *Muy Alta* y *Alta* intensidad migratoria, es decir que se trata de municipios con hogares que proporcionalmente y en su caso frecuencia reciben recursos de sus familiares que laboran en EE. UU., además de contar con migrantes en flujo o de retorno.

Mapa 2

Accesibilidad a Servicios Financieros en regiones migratorias de Hidalgo 2010



Fuente Elaboración propia a partir de CONAPO y CNByV

Es la región del Valle del Mezquital, la colindancia con el estado de Querétaro, la zona donde se encuentran la relación desproporcionada entre la migración e Inclusión financiera; la proporción elevada de los hogares que reciben remesas significativamente representa el mercado de población que requiere instrumentos para la recepción de los recursos y para el uso de los mismo, ya sea vía consumo o pagos y la falta de instituciones y de sus instrumentos que funcionen como intermediadores es evidente (sucursales, corresponsales y cajeros). Mientras la oferta se concentra en municipios con

otro tipo de mercado (zonas periféricas a las ciudades) las regiones migratorias dependen de los traslados a las localidades mayores como Ixmiquilpan, Progreso de Obregón, Mixquiahuala de Juárez, en menor medida a Huichapan y Tula de Allende para recibir sus remesas.

Un elemento importante a considerar en la cobertura de SF a esta región y atención al mercado de los migrantes y sus familias es el acceso amplio a la telefonía celular que hasta el momento se encuentra cubierto por pocas empresas pero que de manera indistinta se puede ver posibilitado para proporcionar un manejo distinto de los recursos provenientes desde EUA.

Cuentas vía celular

Es esta figura la que disminuye la inaccesibilidad bancaria para la población de bajos recursos y en localidades remotas, acceder a cuentas de depósito tradicionales, por los requisitos de identificación del cliente, implicaba un proceso tardado que resultaría costoso e inviable de realizar en corresponsales bancarios, con la modificación el marco regulatorio ahora es posible:

- A. Asociar clientes con teléfonos celulares
- B. Adecuar a necesidades de transacciones
- C. Contar con procedimiento de apertura de cuentas en corresponsalías de forma remota, simple y ágil.

Desde el 15 de agosto de 2011, existen modalidades para abrir cuentas de ahorro bancarias operadas vía celular, con requisitos distintos y diseñados para transferir o

realizar compras desde el mismo dispositivo. Publicada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) en el Diario Oficial de la Federación, señalando a las *cuentas de ahorro simplificadas*¹²⁷ facilitan la IF con disposiciones para prevenir operaciones con recursos de procedencia ilícita o para el financiamiento al terrorismo.

Las limitaciones para este tipo de servicios pueden involucrar expedientes físicos para abrir una cuenta, lo que para las corresponsales sería costoso y demorado por el hecho de recabar y manejar documentos, lo que entorpecería su actividad comercial. No motivaría la transformación a corresponsales bancarios, o de manera directa un aumento en los costos por comisión por administración, encareciendo la IF.

La creación de un marco regulatorio que permite procesos fáciles y rápidos de apertura de cuentas, más nuevos y eficientes productos financieros ajustados, se fomenta el desarrollo de modelos de negocio dirigidos a la población no-bancarizada, promoviendo la sustentabilidad - rentabilidad para los ofertantes convirtiéndose en una opción atractiva y segura para usuarios.

Los siguientes pasos son de un valor agregado y distinto a la creación solo de la infraestructura bancaria, es fundamental crear facultades, mecanismos y herramientas de supervisión para analizar la evolución de la IF, detectar incumplimientos y patrones que pudieran generar inestabilidad. Por esto la regulación establece la obligación de lo referente de recopilar y entregar reportes periódicos con información para analizar

¹²⁷ Las nuevas cuentas de ahorro simplificadas son de cuatro tipos o niveles. Nivel 1: con un máximo de depósito de 750 Unidades De Inversión (UDIs) mensual (3.000 pesos aprox.) y saldo límite de 1.000 UDIs. No es necesaria identificación, solo debe solicitarla a una institución bancaria. Nivel 2 un máximo de depósito de 3.000 UDIs al mes, (13.000 pesos) sin limitación en saldo, con necesidad de información personal del solicitante así como su dirección y el trámite puede ser vía telefónica, internet o a través de un corresponsal bancario. Nivel 3 con máximo de 10.000 UDIs al mes, (45.000 pesos) sin límite de saldo. Y solicitud en alguna sucursal bancaria. Nivel 4 sin límites de saldo, misma información que la anterior, más otros que solicite el banco.

desempeño además de la viabilidad que como SF depende de la confianza del usuario, que en un modelo de telefonía móvil es crucial al no tener contacto directo con personas que contribuyan a generar la confianza del usuario, es por lo anterior que proteger los fondos de los clientes, dar confidencialidad de su información, son aspectos que darán funcionalidad y permanencia al modelo de los corresponsales o corresponsalías que motivaran la IF.

Sin dejar de observar a la IF como un elemento más de un mercado que se compone por competencia, flexibilidad, y seguridad, los intermediarios bancarios o empresas deberán aclarar sus procesos, mecanismos y sistemas a implementar para cubrir requisitos técnicos y operacionales que garanticen la seguridad de recursos e información de usuarios, es por lo tanto la Comisión Nacional Bancaria y de Valores(CNBV) quien verifica y de ser adecuado la que permite el establecimiento de la innovación desde los distintos oferentes sin que involucre algún nivel de riesgo mayor para usuarios.

En el nivel de regulación se puede involucrar las transacciones financieras que se realizan a través y en particular, de teléfonos móviles:

1. Afectación de cuentas de usuarios en línea y en tiempo real;
2. Mecanismos de prevención a terceros no autorizados
3. Condiciones de información cifrada durante la operación y/o transacción
4. Registro de cualquier operación y/o transacciones
5. Autenticación del cliente, conforme al monto de operación y riesgo.

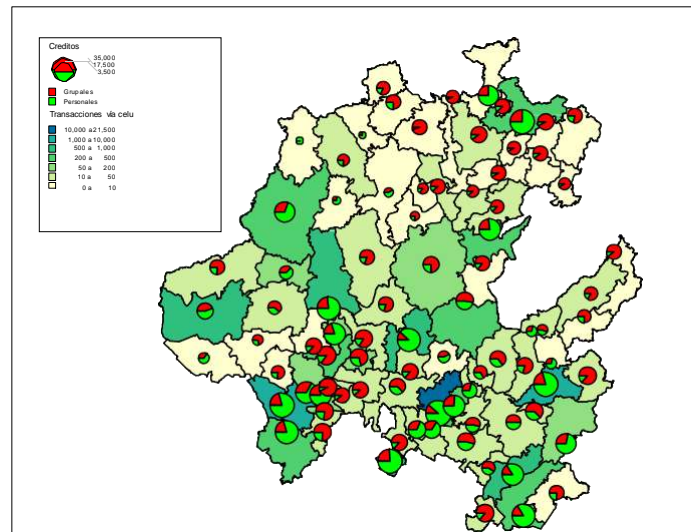
IF por medio de telefonía móvil

Los servicios financieros móviles, los modelos de negocio dirigidos a la población de bajos recursos son rentables, si se estructura es con base de costos a partir del volumen de operaciones sin involucrar el monto década una. Establecer costos bajos, evitando costos de entrada (cobros por retiros y no por depósitos). La CNBV ve conveniente no establecer requerimientos con respecto a montos y precios que se establecen para cada producto. Estas condiciones en los precios pueden ocasionar límites para la entrada para oferentes, disminuyendo los niveles de competencia. Por lo que la regulación también establece requerimientos de —transparencia y claridad en costos asociados a productos, para así proteger y evitar prácticas abusivas.

Estos factores de orden institucional del sector bancario han permitido en materia de IF incorporar no solo a población de escasos recursos sino a la población alejada o quizá aislada, que se encuentra en las localidades de mayor dispersión en el estado de Hidalgo, a pesar del nivel de información presentado por la CNByV que llega a nivel municipal, la presencia de los distintos instrumentos se ve reflejada con la cantidad de transacciones realizadas vía telefonía móvil (ver Mapa 3) en donde 68 de los 84 municipios no superan las 200 transacciones y son su contexto son esos mismos los que cuentan con instrumentos de crédito en forma grupal (producto ajustado a redes de apoyo y consecuencias de la tandas o roscas de ahorro), esta situación empata con la presencia de cooperativas con intermediarios en estas zonas.

Mapa 3

Transacciones financieras por telefonía móvil y productos básicos de crédito



Fuente Elaboración propia a partir de CNByV

La proporción inversa entre transacciones telefónicas y créditos grupales de esos municipios vuelve a subrayar la vulnerabilidad y complicaciones en las que se encuentran las familias ligadas a la migración internacional, no sólo para la recepción de estos ingresos sino también por las complicaciones para activar la economía local, por medio de este crédito vía intermediario o prestamistas coloca parte de su recursos en riesgo (socialmente aceptado) pero que no involucra un apoyo o solución medianamente adecuada para la eliminación de la pobreza o condiciones negativas que los integran a flujos de migración y a la vulnerabilidad.

La ausencia de instituciones bancarias, que responde a una condición de mercado, provoca la presencia y actuación de agentes que pueden enturbiar el sector de los SF y desmotivar la IF, la falta de regulación por parte de las instancias responsables a las empresas o grupos de grupos de apoyo financiero puede desencadenar comportamientos de mal manejo de los recursos, fraudes colectivos y lavado de dinero, todos estos

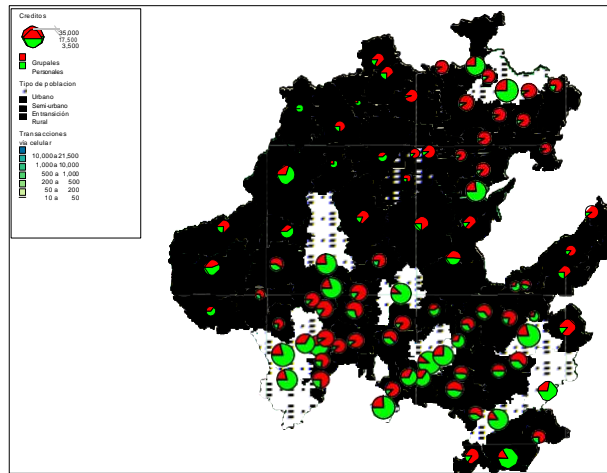
fenómenos ya existentes en el sector micro financiero de los estados de Oaxaca y Nayarit.

Los mismos elementos que intenta disminuir la inclusión financiera como el aislamiento o lejanía, en el caso de las localidades rurales del estado de Hidalgo expresadas en Eloxochitlan y Juárez Hidalgo (ver Mapa 4) como municipios con población con esas características, que no son unidades de mercados para los servicios bancarios pero cuentan con importantes niveles de migración internacional y recepción de remesas que cubrirán su demanda en Meztitlan o Molango, municipios considerados urbanos y en transición respectivamente.

Condiciones similares se encuentran en otra región conformada por Jacala y municipios vecinos los cuales conforman un importante destino de remesas pero en conjunto no logran atraer a instituciones bancarias comerciales que se encuentra en Zimapan y Huejutla, la presencia de cooperativas en un corredor que comienza en Zimapan, Jacala, Chapulhuacan, ampliándose a Pisaflores y Tepehuacan son los intermediarios que ofrecen algunos aspectos para la IF

Mapa 4

Presencia de SF y modalidades por tipo de población



Fuente Elaboración propia a partir de CNByV

En la región norte con municipios en transición y semi urbanos con menores niveles de migración y recepción de remesas existe los servicios para la población no bancarizada se sustenta en la mínima presencia de algunas corresponsalías y con la necesidad de desplazarse a Huejutla de Reyes para poder acceder a una mayor variedad de SF, es aquí donde las implicaciones de la distancia y en el escenario actual de seguridad serán aspectos prioritarios para poder contar con elementos que signifiquen IF.

La Otomí Tepehuas otra de las regiones que se integra nuevamente a la separación estructural de la entidad (los valles y la sierra o norte y sur) donde los SF no son otorgados directamente por un intermediario bancario comercial, se trata de la presencia en estas regiones de las corresponsalías que además de ser ya descritas en parte su composición siguieren un comportamiento casi monopolístico para la IF, en este ejemplo el dominio de la ciudad de Tulancingo para la oferta se SF puede ser ampliada a las zonas colindantes de Puebla hacia Tlaxcala por la menor presencia de intermediarios financieros en Tepeapulco.

La oferta de servicios financieros en la región sur del estado está determinada por la influencia territorial que ejercen las ciudades mayores Pachuca, Actopan, Tula, Tizayuca y Tulancingo, en menor medida Ixmiquilpan, Tepeapulco y al final Huichapan, todas ellas con niveles medio a bajos de integración a los flujos migratorios, con variación sobre sus ofertas laborales, de conectividad al interior de esta región con otros estados de la región centro del país.

Conclusiones

En la actualidad en materia de IF se habla de nuevas condiciones que motiven la integración por medio de estrategias específicas como; A.- La generación de mayor diversidad de SF de calidad con la ampliación en la cobertura territorial, B.- la intensificación de SF hacia la población de bajos ingresos y en zonas alejadas y C.- La reducción de costos, en distintas escalas (proveedores de SF y clientes).

La reducción de costos que facilita el uso de estos canales debe ir acompañada de una mayor utilización de instrumentos de pago electrónico, para lo que es necesario: adecuar la regulación, evitando costos por administración e insumos, sin dejar de contar con estándares de supervisión y control, también evaluar mecanismos que impulsen la extensión de infraestructura complementaria para su uso, como son redes de cajeros automáticos y de Points of Sale (POS) o Puntos de Venta.

El impulso a la IF, es una medida para incrementar el bienestar de la población debido al acceso al sistema y flujo de capital por parte de individuos, comerciantes, todos consumidores que ocasionan la circulación de capital y en su medida movilizan la economía, todo esto con bajos costos por transacción y mayor seguridad. Dada la

incertidumbre en los ingresos, la población de bajos ingresos que los hace vulnerables choques económicos, los SF mitigan los impactos por riesgo aumentando su capacidad de respuesta; en este aspecto es donde las remesas (fuente importante de ingresos) presentan una necesidad extra de eficiencia y seguridad, por lo que los costos asociados al cobro y uso de remesas, altera el impacto sobre el bienestar de los receptores. El acceso inicial a servicios básicos proyecta en el futuro el uso de productos más elaborados ajustados a necesidades, e incrementa el efecto de sus recursos sobre su bienestar, por lo que el no uso limita innecesariamente el potencial de desarrollo de hogares.

En México se han emprendido las modificaciones regulatorias que han significado el fomento de los SF ajustados para la población de zonas marginadas pero la infraestructura financiera es insuficiente para incrementar la cobertura en población no atendida y la baja respuesta por parte de instituciones para incrementar su distribución, generar productos, modelos de negocios que otorguen servicios atractivos a los demandantes y que resulten económicamente viables es aún insuficiente, por lo que el uso del teléfono móvil y la subrayar la regulación complementaria, tendrá un efecto de potencial de enfrentar estos obstáculos.

De manera amplia, los teléfonos móviles son usados para realizar pagos, transferencias y también como mecanismo de ahorro. No obstante, será la regulación en distintas áreas la que dará fortaleza y mejor promoción a los servicios financieros móviles en México para incrementar la cobertura de localidades menores con población con la necesidad de instrumentos que permitan y faciliten, en el caso concreto de transferencias de recursos (migrantes y familias).

La viabilidad económica, engrosada por una regulación adecuada a los modelos de negocio, será el principal catalizador de la expansión de la oferta y adopción de SF entre los usuarios que más los requieran. La importancia de la dimensión económica para los oferentes de SF es crucial, condición que se establece al no salir del modelo de atención en localidades mayores y centralizando aún más la atención limitando la IF a unas cuantas localidades potenciales.

La necesidad de servicios financieros y de instituciones que puedan tener la fortaleza institucional y la flexibilidad administrativa ya está complementada por un mercado de usuarios que obedecen a una lógica de uso y por la atención de sus necesidades financieras, que son cubiertas parcialmente por algunos agentes.

Bibliografía

- Alfaro N. (2010). Principios para el Diseño de un Sistema Financiero Inclusivo. BID. Foro Soluciones de Financiamiento Inclusivo. Panamá.
- Asmundson I. (2011)—Back to Basics, What are Financial Services? IMF Finance and Development Magazine.
- Banco Interamericano de Desarrollo, (2009) Cooperación Técnica: —Canal Alternativo de Distribución de Remesas para Pequeños Intermediarios Financieros Ecuatorianos. Quito.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2010) —Implementación de herramientas de *creditscoring* para MYPES. Panamá.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2010b) —Profundización de Servicios Financieros en zonas rurales. Quito.

- Buchenau J. (2010) —Nuevas tecnologías y canales para la Inclusión Financiera En Inclusión Financiera y desarrollo social: nuevos caminos para poner los servicios bancarios al alcance mundial de todos. Caracas, Venezuela.
- Central Bank of Brazil (2010) Relatório de Inclusão Financeira. Brasília: Central Bank of Brazil.
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores, (2011). Financial inclusion business models 1—Banking Agents: The role of independent retailers and product distribution networks.‡
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores(2010) Reporte Inclusión Financiera 2.
- Consejo Nacional De Población (2012) Índices de intensidad migratoria México-Estados Unidos, 2010. El estado de la migración, Segob. México 2012.
- Consultative Group to Assist the Poor, World Bank Group (2006) —Access for all: Building Inclusive Financial systems‡. Washington, EUA.
- Consultative Group to Assist the Poor, World Bank Group (2010) —Financial Access 2010: The state of financial Inclusion through the crisis‡ Washington, EUA.
- Dittus P Klein M. (2011) On harnessing the potential of financial inclusion, BIS Working Papers No 347. www.bis.org/publ/work347.htm
- Fernández de Iis S. (2011) —Visión del desarrollo del sector Financiero y sus principales retos en América Latina y el Caribe. Diálogo Regional de Política de la Red de Regulación Bancaria. BID, ASBA y FELABAN, Washington, EUA.
- Fajury L. Gomez A. (2009) Corresponsales no bancarios, manual genérico y mejores prácticas. Bogota, Colombia; USAID / Programa medidas acción social.
- Gardeva A. Rhyne E. (2011) —Oportunidades y obstáculos para la inclusión financiera‡ Centro para la Inclusión Financiera, Acción Internacional, Publicación No. 12.

- Levine, R., Loayza, N. Beck, T. (2000) —Financial Intermediation and growth: causality and causes, *Journal of Monetary Economics*, August 2000, v16, n1: 31-77.
- Moya C. (2011) —Banca de las Oportunidades: Transparencia, protección al consumidor e inclusión financiera: Experiencias prácticas de Colombia, *Diálogo Regional de Política de la Red de Regulación Bancaria*. BID, ASBA y FELABAN. Washington, D.C.
- López C. Samaniego K. (2011) —La Inclusión a través de los Servicios Financieros móviles: el caso de México en *Inclusión Financiera aproximaciones teóricas y prácticas*, Producción Editorial Banco Central del Ecuador (BCE) Quito, Ecuador.
- Mas, I. Siedek H. (2008) -Banking through networks of retail agents. *Focus Note 47*. Washington, D.C.: CGAP.
- Prieto A. (2009) Ampliación del acceso a los servicios financieros mediante corresponsales no bancarios: La experiencia de Brasil y Perú. *Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia*.
- Siedek, H. (2007) -Banking agents part III: Market reach
http://www.cgap.org/gm/document-1.9.2115/agents_marketreach.pdf
- Siedek, H. (2007b) —Banking agents to reach the unbanked en <http://acri-mena.org/Files/Banking%20agents%20to%20reach%20the%20unbanked%20-%202007.pdf>

Empleo precario y migración internacional en México: 1995-2013

Eduardo Rodríguez Juárez

Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Elías Gaona Rivera

Los autores son profesores investigadores del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

E-mail: saile2519@yahoo.com

Resumen

El mostrar que la política de empleo desarrollada en nuestro país no ha logrado generar las vacantes que la población requiere, sino que más bien ha llevado a una situación de trabajo precario y alta migración internacional, es el objetivo del presente escrito. Se muestra que si bien la tasa de desempleo ha disminuido en los últimos años, el nivel de empleo informal se ha incrementado de manera considerable. Aunado a lo anterior, las condiciones de trabajo han experimentado un detrimento significativo para los trabajadores mexicanos los cuales deben enfrentar la disyuntiva de trabajar en condiciones desfavorables o migrar a economías más desarrolladas como es el caso de los Estados Unidos. Se concluye señalando que las características de los empleos durante el periodo 1995-2013, no han logrado impulsar el bienestar material de los trabajadores, por lo que se vislumbra la necesidad de plantear estrategias de empleo basadas en doctrinas heterodoxas con el fin de promover el trabajo decente que ayude a mejorar las condiciones de vida de los trabajadores mexicanos.

Palabras clave: Precarización del trabajo, desempleo, migración internacional,

Introducción

A pesar de los esfuerzos realizados por las autoridades mexicanas para incentivar los niveles de empleo y reducir la migración internacional principalmente la dirigida a los Estados Unidos, no se han logrado generar los puestos de trabajo necesarios para emplear a toda la Población Económicamente Activa (PEA). El predominio del pensamiento ortodoxo en las acciones de política económica del gobierno mexicano a partir de la crisis de la deuda de 1982, consolida las tareas de las autoridades para hacer frente a los vaivenes económicos internacionales, se busca, un déficit nulo en las finanzas públicas, así como tasas de inflación bajas, sin importar las consecuencias que esto implique en la calidad de vida de los trabajadores.

El fin de la política económica ha sido el deestablecer las condiciones de estabilidad, seguridad y rentabilidad, que incentiven la inversión y el empleo, y con ello, converger a las economías más ricas. Sin embargo, el resultado es más bien contradictorio y nos encontramos en un escenario caracterizado por una reducción de la producción y una caída en los niveles de empleo. Además, la gran dependencia tecnológica de nuestro país, ocasiona que las importaciones sean poco sensibles a la política cambiaria, debido a la necesidad por parte del aparato productivo de adquirir insumos y bienes de capital del exterior, que ante una devaluación se encarecen y provocan presiones inflacionarias.

Las exportaciones responden significativamente a variaciones en el tipo de cambio y del ingreso de las economías externas, principalmente de los Estados Unidos que representa al principal socio comercial de México. Los ingresos derivados de las exportaciones son destinados a cubrir el déficit en cuenta corriente en vez de ser utilizados para fomentar la inversión productiva, provocando que la economía mexicana sea estructuralmente deficitaria.

El desempleo se agudiza no solo por la caída del mercado interno, sino además, por la gran dependencia comercial que tiene nuestro país con el exterior. Las crisis

internacionales ocasionan una disminución en la demanda de las exportaciones mexicanas y con ello se generan dos fenómenos: el primero se refiere a un incremento del desempleo y el segundo tiene que ver con una disminución en las condiciones de trabajo lo que conlleva a su precarización. La migración se convierte en la opción más viable que tienen las y los mexicanos para enfrentar el fracaso de la política laboral del país.

La vulnerabilidad que presenta hoy en día el sector laboral mexicano conmociona a miles de trabajadores; y es que la incertidumbre social generada por el abatimiento de las políticas encaminadas a la seguridad y protección laboral colocan a la fuerza de trabajo en una situación de inestabilidad y riesgo, donde el desempleo se hace presente, las condiciones de trabajo se vuelven cada vez más precarias y la migración internacional se vuelve la única salida al empobrecimiento que viven millones de familias.

Ante esta tesitura, este trabajo pretende determinar si existe una relación entre la precarización del empleo y la migración internacional, con el fin de exponer que el seguimiento de las políticas liberales solo ha llevado a una situación de precarización de las condiciones de trabajo, afectando el bienestar de los trabajadores, impulsando la migración internacional sin impactar de manera significativa en el nivel de empleo.

La evidencia estadística que aquí se presenta muestra la evolución que han tenido en los últimos años el desempleo, las condiciones de trabajo y la migración. Estas patologías representan elementos clave para mejorar, la situación de pobreza y marginación en la que viven millones de mexicanos. Analizar su comportamiento y evolución permitirá generar criterios de política económica alternos, y con ello, impulsar el desarrollo de

nuestro país. Se requiere de políticas que incentiven no sólo la productividad y competitividad, sino además, políticas progresivas que mejoren las condiciones laborales en las que se encuentran miles de trabajadores mexicanos.

Este trabajo se divide en tres apartados, en el primero se presenta una descripción breve del comportamiento del mercado de trabajo en la concepción neoclásica, así mismo, se contrasta con el trabajo presentado por Noriega (2001), sobre la concepción del sector laboral. El segundo apartado refiere a la evidencia estadística aquí se presentan los datos que de manera descriptiva permiten observar el comportamiento y la evolución de las principales variables de estudio, a saber, desempleo, precarización del trabajo y migración hacia los Estados Unidos. Finalmente, se presentan las conclusiones, destacando la urgencia de utilizar teorías alternas para explicar el comportamiento del sector laboral y la necesidad de influir en aquellas fuerzas que se creen incontroladas y que van en detrimento de las condiciones de trabajo y el bienestar de los trabajadores mexicanos

1. El sector laboral

A partir del surgimiento de la Naturaleza y Causa de la Riqueza de las Naciones de A. Smith en 1776, se plantea una sociedad capitalista, en donde el homo economicus¹²⁸ toma las decisiones de manera libre. Son los propios individuos los que deciden qué, cuánto y cómo se produce, y sus decisiones, se compatibilizan en los mercados. A mediados del siglo XIX, la idea de que el hombre en libertad procede a realizar algo, cuando presenta insatisfacción; llevan al pensamiento neoclásico a analizar el trabajo, como un mal para los individuos, pues genera un monto de

¹²⁸El concepto de homo economicus, refiere a individuos racionales, egoístas y maximizadores, capaces de decidir y actuar por si solos, en busca de su máximo bienestar.

desutilidad¹²⁹. Mises (1968), señala que —las personas trabajan porque quieren obtener el producto del trabajo, no se someten a la desutilidad del trabajo por el bien de la alegría que acompaña al trabajo, sino por su gratificación. El salario tiene la característica de eliminar el efecto negativo e indeseable del trabajo, sobre la utilidad de los individuos, al proporcionar un monto de ingreso que permite adquirir bienes y servicios. En conclusión, el trabajo se compra y se vende a un precio: el salario, conformando así el mercado de trabajo.

La explicación del sector laboral se construye a partir de la teoría del equilibrio general competitivo, la cual demuestra que los mercados competitivos generan un vector de precios y asignaciones capaces de hacer mutuamente compatibles los planes de demanda y oferta de todos los agentes, en el sector laboral el salario real es el mecanismo por el cual se logra la compatibilidad de planes de compra y venta de trabajo, con lo que se garantiza el pleno empleo. Cuando algún agente posee la capacidad de influir en el salario real, elevándolo sobre el salario real de pleno empleo surge el desempleo.

Mientras el salario real se encuentre rígido a la baja y por arriba del salario real de pleno empleo, se generará desempleo involuntario, el cual es debido a rigideces que influyen en el correcto funcionamiento de los mercados. Esta es la forma en la que la teoría tradicional explica el funcionamiento de los mercados, la cual permanece presente en todas las derivaciones de ella, lo que cambia es la forma en que se explica el por qué los salarios son rígidos y las recomendaciones de política económica para atenuar el desempleo. En la teoría neoclásica del trabajo (la cual como señala Stephen (1994), es una extensión de la teoría del consumidor), existen individuos racionales,

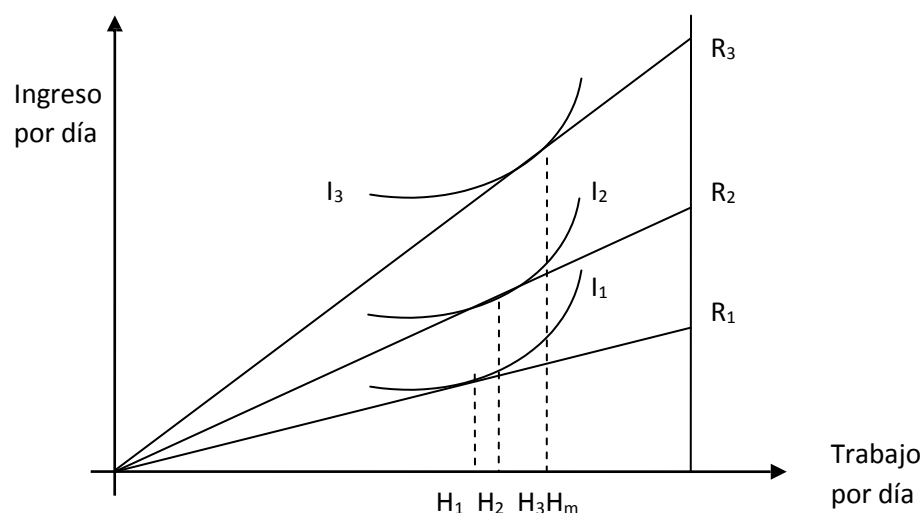
¹²⁹ Keynes, al referirse a los postulados de la escuela clásica señala que por desutilidad debe entenderse: —Cualquier motivo que induzca a un hombre o a un grupo de hombres a abstenerse a trabajar antes que aceptar un salario que represente para ellos una unidad inferior a cierto límite. (Keynes, 2003: p.24)

representativos maximizadores de su bienestar material, para que un individuo maximice sus niveles de bienestar debe decidir la cantidad máxima de tiempo destinado al ocio, lo que conlleva a decidir simultáneamente la cantidad óptima de trabajo. Los agentes económicos observan y analizan todas aquellas alternativas que se les presentan, decidiendo las cantidades óptimas de ocio que les permita obtener la máxima utilidad para ello necesitan conocer información objetiva y subjetiva, proporcionada por el sector laboral a través de los precios y por sus gustos y preferencias.

En la . Gráfica 12, se presenta la relación que existe entre trabajo y remuneración, allí observamos que cuando un individuo decide dedicarle más tiempo al ocio debe renunciar a una cantidad de trabajo y viceversa, sin embargo, a diferencia de cualquier otro bien, el ocio tiene la característica de que solo se puede comprar trabajando menos. Aquí está presente el costo de oportunidad, es decir, el costo de perder unas horas de ocio por trabajar y adquirir un monto de salario

. Gráfica 12

Relación Trabajo Remuneración

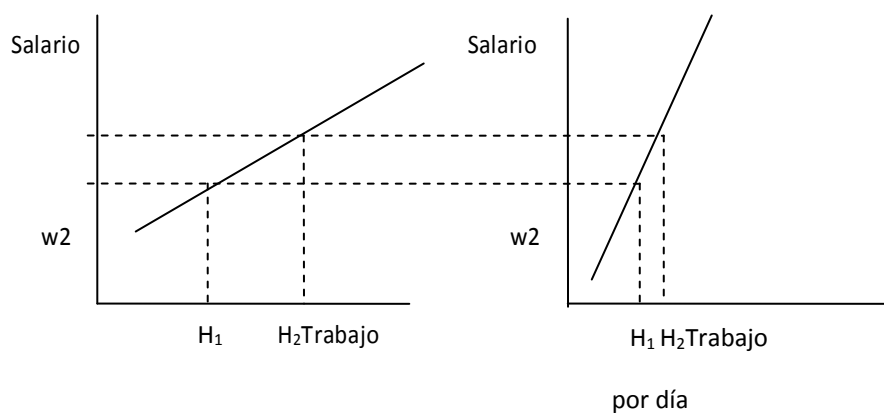


Fuente: Elaboración propia en base a Stephen W. Smith, 1994

H_m representa la capacidad máxima diaria de trabajo de un individuo, I_1 , I_2 e I_3 ; son curvas de indiferencia donde se presenta la combinación de ingreso y horas de trabajo, R_1 , R_2 y R_3 , representa las distintas tasas salariales. Obsérvese que a medida que el salario se incrementa también lo hace la oferta de trabajo, el individuo está dispuesto a destinar más tiempo al trabajo, debido a la recompensa que otorgada el salario una vez que se utiliza para adquirir bienes.

Obsérvese que los agentes determinan su oferta de trabajo no solo por los ingresos que perciben sino también por las preferencias a él, así, en el caso de un adicto al trabajo Gráfica 13 .a, éste estará dispuesto a renunciar a una cantidad considerable de ocio, aún y cuando existan incrementos en la renta menores, es decir, su curva de oferta de trabajo será más elástica, por el contrario una persona que valora el ocio más que el trabajo, presentará una curva inelástica y para que este individuo decida intercambiar más trabajo por ocio deben existir incrementos salariales, considerables véase grafico 2.b. en términos un poco más técnicos la pendiente de la recta muestra la relación marginal de sustitución de renta por trabajo.

Gráfica 13



a) Persona adicta al trabajo.

b) Persona amante del ocio.

Fuente: Elaboración propia en base a Stephen W. Smith, 1994

En el trabajo de Noriega (2001), se expone una crítica a la teoría neoclásica del productor, surgiendo una forma alterna de estudiar e interpretar el desempleo en las economías competitivas. Se postula que los productores son racionales cuando maximizan su *tasa de beneficios* lo cual contrasta con la idea tradicional que propone maximizar la masa de ganancias. Ésta teoría representa una visión alterna a la teoría económica dominante, en ella se siguen las mismas condiciones de competencia perfecta y se trabaja con agentes maximizadores y representativos, los cuales buscan su máximo bienestar.

En esta nueva visión, se plantea que en la sociedad capitalista los derechos de propiedad se adquieren a través de la participación de los agentes en el proceso de producción. Ello hace que tanto la asignación, como la distribución, se conviertan en fenómenos económicos. Por lo tanto, los salarios y los beneficios se otorgan conforme el grado de aportación de los agentes en la producción. Bajo este escenario la demanda de producto depende directamente de los ingresos salariales y no salariales e inversamente del precio. La oferta de trabajo (T_0) muestra diferencias significativas respecto a la tradición neoclásica, el salario real no se encuentra como un determinante de la oferta de trabajo, por lo que: —cualquiera sea el salario real, la oferta de trabajo será la máxima planeada una vez ponderados los aspectos culturales presentes en los gustos y preferencias, que hacen que T_0 sea estrictamente inferior al tiempo máximo biológicamente disponible para trabajar (Noriega 2001, p. 73).

El que T_0 no sea función de los ingresos no salariales, tal y como se presenta en el modelo neoclásico, hace que la función oferta de trabajo sea completamente inelástica, lo anterior debido a la forma en que se asignan los derechos de propiedad entre los consumidores, los cuales se encuentran vinculados al tiempo de trabajo con el que participen en el sector productivo. Lo cual no depende del salario, pues a cualquier salario, los consumidores ofrecerán todo su tiempo destinado al trabajo. El que el salario sea concomitante de la ganancia implica una dependencia entre los consumidores y productores pues, ambos dependerán del tiempo de trabajo que logren vender y comprar en el aparato productivo.

El análisis realizado al cálculo económico del productor, se basa en el teorema de superioridad, el cual señala la conveniencia económica de maximizar la tasa de beneficio, por parte de las empresas. Se define a la empresa como aquella que representa unidades colectivas de consumidores que se asocian, con un fin común: la obtención de ganancia. El productor tiene como objetivo la maximización de ganancias, la cual será resultante de cada unidad de recurso que destine a la producción. Será entonces, la aplicación de una tasa de beneficio, al volumen total de recursos utilizados en la producción. La restricción técnica propuesta en la Teoría de la Inexistencia de Trabajo (TIMT), incorpora elementos de organización e ingeniería, la organización estará presente en toda empresa y se le define como la capacidad para atender más contratos, que un agente individual e implica utilizar una cantidad positiva de trabajo igual a T^* , mientras que la ingeniería, a los conocimientos para producir. (Noriega 2001, p. 61).

El productor decidirá producir hasta el punto en el que su producción óptima iguale al producto medio, sujeto a su restricción técnica. Maximizar la tasa de ganancia conlleva a situar los planes de producción, en el punto de máximo producto medio. La TIMT, muestra que tanto la oferta de producto como la demanda de trabajo son función de los costos de organización T^* , ello implica que a medida en que se realicen y se atiendan más contratos se producirá y por tanto se demandará más empleo. Dado que el número de contratos está relacionado con el tamaño del mercado, podemos decir que es la demanda de producto la que incrementa el nivel de producción, y de empleo.

Éste hecho, muestra que la demanda de trabajo es independiente del salario real, por lo que reducciones en éste no tienen por qué implicar incrementos en la demanda de trabajo. El salario, no representa el precio del trabajo sino más bien una variable distributiva que se negocia, y por tanto permite a los consumidores participar en el producto social, a través de su trabajo¹³⁰. Esta idea discrepa con la teoría tradicional, la cual postula que las rigideces que elevan los salarios por arriba del salario real de equilibrio, son el origen del desempleo, pues la existencia de una relación inversa entre salario real y demanda de trabajo, implica que a un salario mayor menor será la demanda de trabajo.

El que la oferta y demanda de trabajo sean independientes del salario real, muestra su carácter de institución, el producto no sería posible si no se comparte a través del salario. El trabajo ha resultado ser el aprovechamiento del esfuerzo social para el logro de objetivos comunes que deriven en mayores niveles de bienestar, se ve al trabajo como un deber, como una actividad positiva, creadora y necesaria para la supervivencia

¹³⁰ Es este resultado, el que permite a Noriega, señalar la no existencia del mercado de trabajo debido a que en sus resultados no se encuentra presente el elemento base de un mercado —el precio—, pues aunque existe oferta y demanda de trabajo, el salario no se determina por estos elementos.

humana. La organización del trabajo es la clave para el buen funcionamiento y desarrollo del capitalismo.

Los salarios y los beneficios se otorgan conforme el grado de aportación de los consumidores en la producción. Dicho grado de aportación por parte de los consumidores al proceso productivo se presenta a través del trabajo, y su percepción depende del tiempo que se destine al trabajo. Los desempleados perderían toda posibilidad de integración en la economía, pues se privan de poder realizar planes positivos de consumo y con ello de satisfacer sus necesidades lo que los condenaría al peor de los escenarios, la muerte, si es que antes no incurren en alguna violación a los derechos de propiedad o surgen individuos altruistas¹³¹.

La idea neoclásica de que el salario no se puede regular, ha generado una situación de fragilidad, donde el fracaso de la política económica, ha llevado a la humanidad a la peor de las libertades, la libertad sin protección. Estamos sometidos a una sociedad vulnerable, carente de todo propósito, en la cual la precariedad de las condiciones de trabajo traslada a los trabajadores a una etapa de vulnerabilidad social, donde, —la libertad sin protección puede llevar a la peor de las servidumbres, la servidumbre de la necesidad‖ (Castel, 2006: p.31). El análisis teórico sobre el funcionamiento del sector laboral, invita a reflexionar sobre las formas de gobernar las patologías que atañen a las sociedades actuales, mismas donde la TIMT, representa no solo una nueva visión, sino más bien, una oportunidad para el desarrollo de las economías capitalistas.

¹³¹ En un mundo en donde se supone el egoísmo metodológico cualquier conducta altruista sería irracional, salvo que la función de utilidad de cualquier agente muestre una dependencia al bienestar de los demás, es decir, el bienestar de otros representa una condición de algún grado, para el bienestar individual.

2. Precarización del trabajo, desempleo y migración a los estados unidos

La dimensión que ha presentado el desempleo en nuestro país derivada de la implementación de la política neoliberal en los últimos veinte años (4% promedio), acrecienta la problemática de pobreza y marginación que ciñe a millones de mexicanos. El postulado ortodoxo que señala que en el equilibrio todo el que desee trabajar lo podrá hacer¹³² muestra ser endeble ante los resultados obtenidos en el ámbito laboral. Y es que la dogmatización del mercado como regulador único de la oferta y la demanda de trabajo, no ha permitido la implementación de políticas que impulsen la generación de empleo, por el contrario, se insiste en satanizar la intervención de cualquier mecanismo distinto a las decisiones individuales, para mejorar el bienestar social.

Para los defensores del neoliberalismo la ineficiencia del mercado se justifica por las rigideces que presenta el sector laboral mexicano (sindicatos, salario mínimo, contrato colectivo, jornadas de trabajo por día y no por hora, etc.) las cuales impiden su correcto funcionamiento, por ello, se plantea como reto la aprobación y ejecución de la reforma laboral con el fin de promover la productividad y competitividad que el país requiere, en otras palabras, se justifica la existencia del desempleo con la falta de reformas estructurales que promuevan el libre mercado¹³³. Sin embargo, a pesar de que la propuesta de Reforma Laboral impulsada por el Gobierno Federal es de reciente creación, existe evidencia estadística suficiente para señalar que en el sector laboral mexicano se han favorecido las políticas liberales, sin que ello repercuta de manera

¹³² Lo anterior debido a que los desempleados presionan los salarios a la baja, hasta el punto donde la oferta y la demanda de trabajo se igualen, logrando así, el equilibrio. Reconocen la existencia de desempleo al que catalogan como friccional, pues la propia dinámica del sector laboral hace que muchas personas cambien de trabajo. Si en una economía existen mecanismos ajenos al mercado (rigideces) que ocasionan que el salario que se paga sea superior al de equilibrio, entonces surgirá desempleo involuntario. Véase (Dornbusch & Fischer, 1994); (Romer, 2002) y (Solow, 1999).

¹³³ La propuesta de Reforma Laboral presentada el 18 de marzo de 2010 por el Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional (GPPAN), pretende mejorar los indicadores de competitividad en el sector laboral mexicano, a través, de facilitar el acceso al mercado de trabajo, eliminando cualquier rigidez que impida su buen funcionamiento. Véase (Rodríguez & Gaona, 2010).

positiva sobre la productividad y competitividad del aparato productivo de nuestro país (Rodríguez & Gaona, 2010).

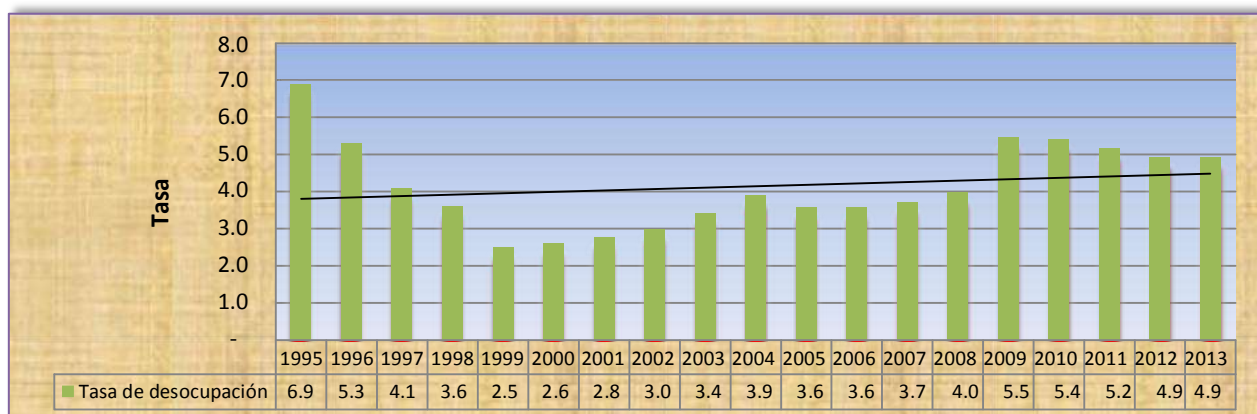
La liberalización del mercado de trabajo va acompañada de una creciente asimetría social pues se favorece al capital en detrimento de la clase trabajadora¹³⁴, Entender el trabajo como un mero factor de producción nos hace olvidar el papel crucial que tiene para el ser humano: éste representa la única forma que poseen los individuos para hacerse llegar del producto social y satisfacer sus necesidades. Hay que tener cuidado de no confundir el fin con los medios, pues como lo señala el profesor Stiglitz lo que está en juego no sólo es el modelo económico sino también los objetivos. En su artículo *“Empleo, Justicia Social y bienestar de la sociedad”* señala que: *“Si el objetivo de la ciencia económica es mejorar los niveles de vida, mejorar el bienestar de los trabajadores, pasa a ser un fin en sí; y sólo si creemos que el mercado conduce a resultados eficientes podremos dejar tranquilamente de ocuparnos del bienestar de los trabajadores, confiando en que el mercado hará todas las compensaciones debidas”* (Stiglitz, 2002).

La aseveración realizada por el profesor Stiglitz, nos hace reflexionar sobre la evolución y aplicación de las políticas neoliberales en los últimos años y su impacto en el bienestar de los trabajadores mexicanos. En materia de empleo no se han obtenido los resultados deseados y durante el período 1995-2013, el desempleo promedio anual fue del 4.14%, al comparar la tasa de desempleo promedio del año 1995 con la del 2013 este presenta una disminución del 29%, sin embargo, la tendencia que presenta esta serie de datos, es positiva y por tanto creciente (ver Gráfica 14).

¹³⁴Stiglitz compara la flexibilidad del mercado de trabajo con la de capitales y señala que son políticas liberalizadoras de los mercados de trabajo y de capital respectivamente, pero con consecuencias muy asimétricas y ambas sirven para acrecentar el capital a expensas de los trabajadores (Stiglitz, 2002).

Gráfica 14

México: Tasa de desempleo promedio anual, 1995-2013

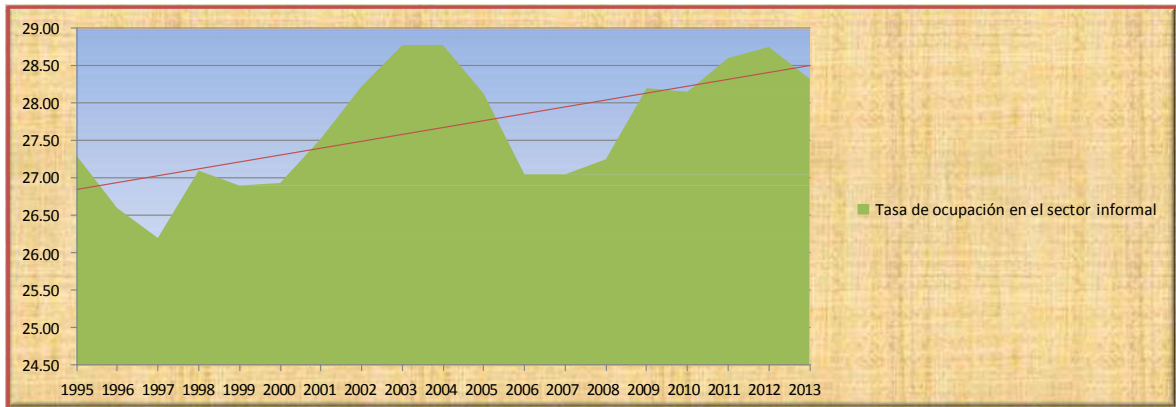


Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo INEGI.

Desde una perspectiva optimista el resultado aquí presentado indicaría que el rumbo que sigue la economía mexicana es el correcto, y que si algo hace falta para lograr las metas en materia de empleo sería la correcta aplicación de las reformas estructurales, aprobadas recientemente principalmente la laboral; sin embargo, el comportamiento de la Población Económicamente Activa (PEA) en los últimos veinte años tiene ciertas peculiaridades que deben analizarse, en primer lugar, la disminución de la tasa de desempleo ha venido acompañada de un repunte significativo en el sector informal, 1.3% de 1995 al 2010 (ver Gráfica 15). En segundo lugar, la migración internacional principalmente la dirigida a los Estados Unidos se ha acrecentado en más de 4.8 millones de personas en el periodo. Estos dos elementos ponen en duda la eficiencia de las acciones que en materia laboral han emprendido las autoridades mexicanas.

Gráfica 15

México: Porcentaje de la PEA en el sector informal 1995-2013



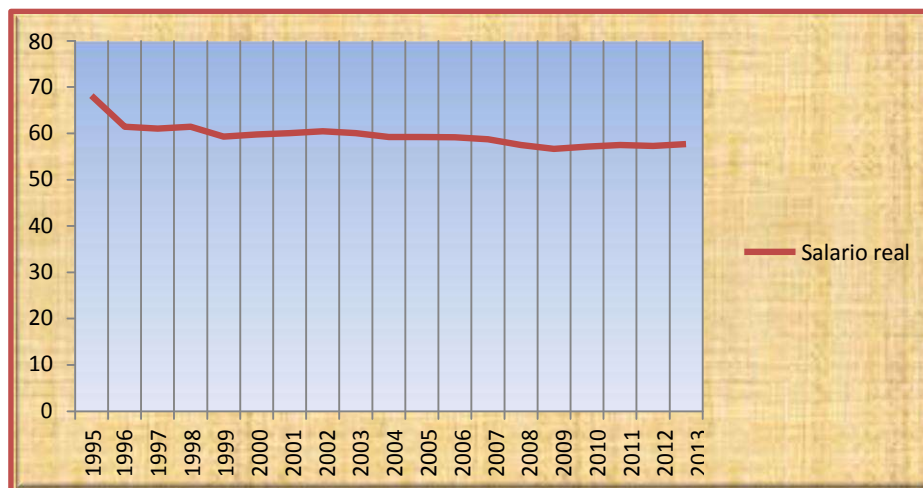
Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo INEGI.

Son miles los mexicanos que quieren acceder a un empleo sin poder conseguirlo, de acuerdo con las autoridades se requiere la generación de más de un millón de empleos al año para poder dar cabida a la población económicamente activa que se incorpora al sector laboral y a los que se han quedado esperando una oportunidad. Los hacedores de la política económica nacional han avalado la idea, de que, el origen del desempleo se debe a mecanismos ajenos al mercado (rigideces), que ocasionan un incremento en el precio del trabajo, pues, en una economía de mercado cuando hay desempleo, los trabajadores en paro ejercerían una presión para disminuir los salarios hasta el punto en el que la oferta y la demanda de trabajo se igualen.

Gráfica 16

. Salario mínimo real promedio 1995-2013, base segunda quincena de diciembre

2010=100



Fuente: elaboración propia con base en datos de la Comisión Nacional de Salarios mínimos.

Ante este hecho, la política económica deberá favorecer el buen funcionamiento del libre mercado, y la forma más rápida de lograr el equilibrio entre la oferta y la demanda de trabajo es a través de la eliminación de todo aquello que hace que el salario sea mayor al salario de equilibrio. Una reducción de los salarios implicará una reducción del precio del trabajo y por tanto un incremento en su demanda, disminuyendo el nivel de desempleo. Esta idea ha guiado la política salarial de nuestro país, promoviendo como estrategia de competitividad el deterioro salarial de los trabajadores mexicanos¹³⁵.

El deterioro salarial que padecen los trabajadores mexicanos puede analizarse en la Gráfica 16 En ésta se observa que de 1995 al 2013 el poder adquisitivo de los

¹³⁵El detrimento de la protección laboral y social en aras del correcto funcionamiento de los mercados, ha ocasionado una reducción en los ingresos de los trabajadores y con ello una disminución de su consumo, incrementando la desigualdad y agudizando la pobreza del país. Al respecto, Robert Castel señala que nos hemos olvidado de que el —salarido, que ocupa hoy en día la gran mayoría de los activos y con el que se relacionan la mayoría de las protecciones de los riesgos sociales, fue durante mucho tiempo una de las situaciones más inseguras y también más indignas y miserables. Se era un asalariado cuando uno no era nada y no tenía nada para intercambiar salvo la fuerza de sus brazos...Estar o caer en el salariado era instalarse en la dependencia, quedar condenado a vivir al día, encontrarse en manos de la necesidad!(Castel, 2006).

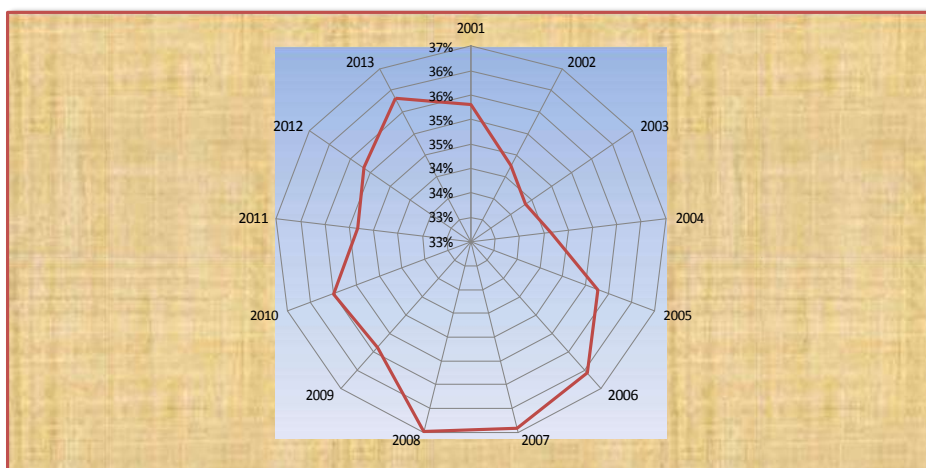
trabajadores se ha venido reduciendo a lo largo del periodo. Tan solo por dar un ejemplo, el salario mínimo promedio del 2013 solo representa el 85% del salario mínimo promedio de 1995, la tan anhelada recuperación salarial se ha convertido en un mito para los trabajadores, quienes en más de veinte años de auge de la economía de libre mercado no han recuperado el poder adquisitivo que se tenía antes de la implementación de estas políticas. El resultado es claro, la mano de obra es más barata sin que ello haya generado un incremento significativo en el nivel de empleo, al contrario, ha traído un detrimento en el poder adquisitivo de los trabajadores y por tanto una disminución en sus niveles de bienestar.

Los bajos salarios han representado para las autoridades mexicanas la forma de impulsar la competitividad e incentivar el nivel de empleo. A pesar de los malos resultados, se insiste en señalar la necesidad de erradicar cualquier mecanismo ajeno al mercado que impide su correcto funcionamiento, ello ha conducido a una situación paupérrima a los trabajadores mexicanos, y es que, los logros obtenidos por el asalariado a lo largo de la historia, son vistos como factores que incrementan el costo de la mano de obra y, por tanto, como obstáculos para incrementar el empleo, es decir, representan rigideces en el sector laboral, y por ello se promueve su erradicación en aras de generar un sector laboral más competitivo.

La precarización del trabajo es una realidad, hoy en día es cada vez más frecuente el tipo de empleos en donde las condiciones laborales no presentan ninguna garantía, además de que el salario es bajo y el empleo es incierto. Las reformas estructurales como por ejemplo, la reforma laboral, busca impulsar la productividad y el empleo eliminando las restricciones en dicho sector, como: el derecho de huelga, y reduciendo

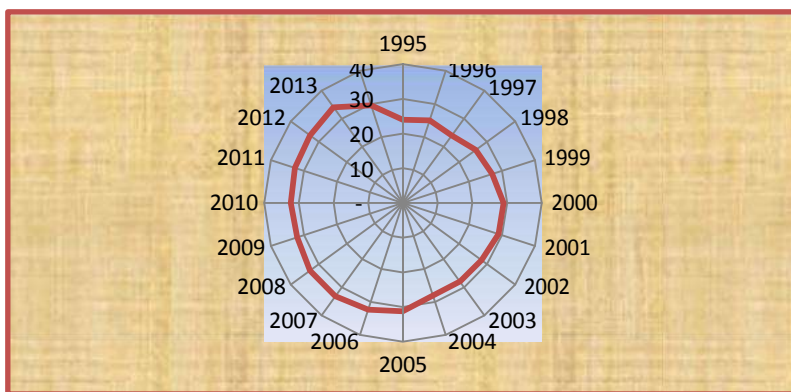
el costo de la mano de obra a través de eliminar otros derechos y prestaciones de los trabajadores como son la contratación colectiva y la seguridad social. Por ejemplo, en el periodo comprendido entre 1995 y 2013, el porcentaje de la PEA que cuenta con contrato permanente y servicios de salud haciende al 30 y 33% respectivamente véase Gráfica 17 y Gráfica 18.

Gráfica 17 . México: Porcentaje de la PEA con Servicio de Salud 1995-2013.



Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo INEGI.

Gráfica 18 México: Porcentaje de la PEA con Contratos

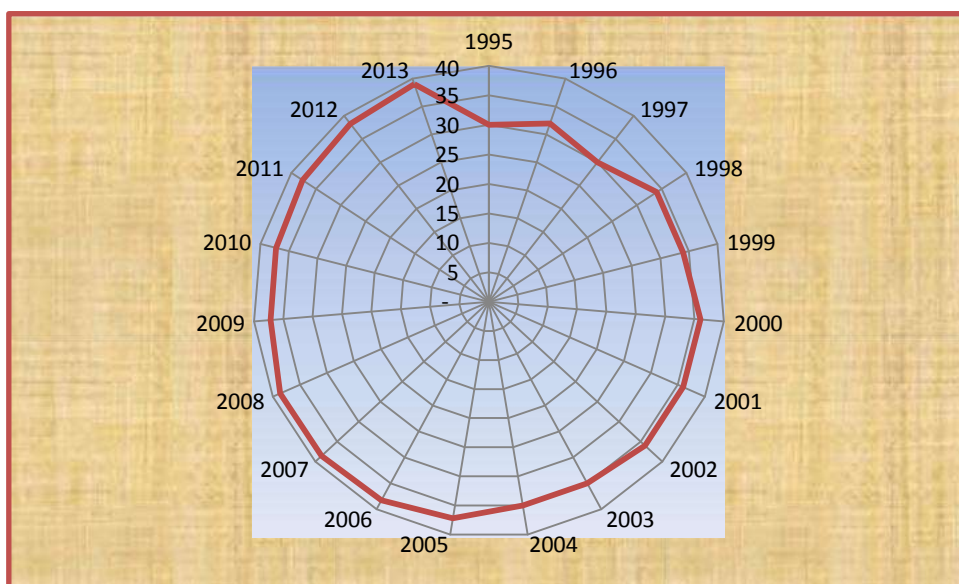


Permanentes 1995-2013

Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo INEGI.

Otro indicador que da muestra de la evolución de las condiciones de trabajo en México son las prestaciones laborales que se tienen. El porcentaje de la PEA que en 1995 que contaba con algún tipo de prestaciones era del 30%, mientras que para el 2013 este porcentaje pasóa 37%, ver gráfica 8. Nótese que se habla de algún tipo de prestación (aguinaldo, vacaciones, primas de antigüedad, seguro de vida, crédito para la vivienda, seguro privado para gastos médicos, fondo de retiro, reparto de utilidades y guardería) lo cual no significa que los trabajadores gocen de todas ellas sino que al menos declararon tener alguna, si se considera a los trabajadores afiliados al Instituto Mexicano del Seguro Social quienes cuentan con las prestaciones de ley, se observa que en el 2013 solo el 39% de la PEA goza de prestaciones.

Gráfica 19. Porcentaje de la PEA con Prestaciones Laborales 1995-2013



Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo INEGI.

Cuando un trabajador cuenta con prestaciones sociales, estabilidad laboral a través de un contrato colectivo y la prestación de servicios médicos, puede considerarse como una actividad no precaria. A este respecto la Organización Internacional del Trabajo (OIT), señala dos elementos fundamentales para garantizar un trabajo digno y decoroso: el primero tiene que ver con el salario que es considerado como un componente fundamental debido a que se trata de la principal fuente de ingresos de los trabajadores. El segundo, está relacionado con el tiempo de trabajo pues éste tiene su mayor impacto en la salud y la seguridad de los trabajadores, por ello, la OIT plantea la necesidad de limitar las horas de trabajo excesivas y garantizar que haya periodos adecuados de descanso y recuperación, incluyendo descanso semanal y vacaciones anuales pagadas (OIT, 2008). Otros autores (González, 2004), (Marticorena, 2005) señalan que además del salario y el tiempo de trabajo deben considerarse aspectos sociales como pago por enfermedad, aspectos de jubilación, prestaciones, etc.

La situación de los trabajadores mexicanos puede ser considerada como grave pues tan sólo un tercio de la PEA cuenta con trabajo no precario, lo que implica que sean miles las familias mexicanas que no cuentan con servicios de salud, prestaciones y estabilidad en sus fuentes de trabajo, ver Gráfica 20 y Gráfica 21.

Gráfica 20 México Porcentaje de la PEA con Empleo no precario: 1995-2013

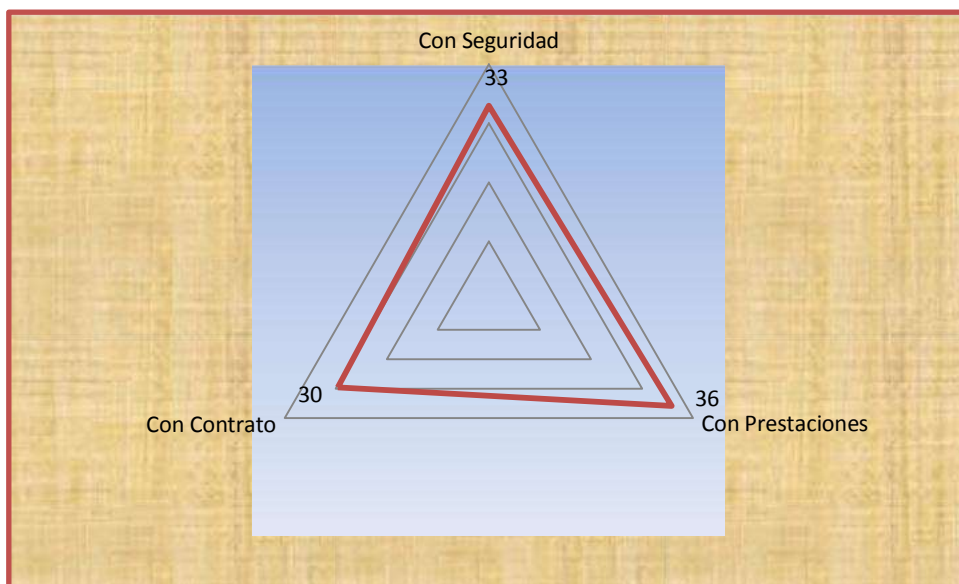


Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo INEGI.

Tras el estancamiento de las condiciones de trabajo en los últimos años y el deterioro de los salarios reales de los trabajadores mexicanos, no se ha podido resolver el problema del desempleo, al contrario la estadística muestra que existe una contradicción entre la idea ortodoxa que señala que una liberalización laboral conduciría a una situación de pleno empleo, a través de la reducción de los salarios. Lo cierto es que en los últimos años el detrimento salarial lejos de favorecer la generación de empleo, ha disminuido el bienestar de los trabajadores mexicanos, incrementado la pobreza y la marginación que se vive en nuestro país.

Gráfica 21

. México Empleo no precario promedio del periodo 1995-2013



Fuente: elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo INEGI.

Aunado a lo anterior, deben considerarse las diferencias salariales que se presentan en la estructura ocupacional de México. En materia de ingreso, la política redistributiva de nuestro país no logra perfilarse como una estrategia sólida que impulse la redistribución de la riqueza y mejore la situación de vida de la población trabajadora. La falta de oportunidades de empleo, la inestabilidad laboral, y la precarización de las condiciones de trabajo, han hecho de la migración (interna y externa) una oportunidad para miles de mexicanos que buscan mejorar su calidad de vida. El sector laboral, ha sido incapaz de responder a las necesidades de la población que día a día, busca un empleo que le permita obtener un ingreso para poder satisfacer sus necesidades. La persistencia de las autoridades mexicanas, por incentivar la productividad y competitividad vía salarios ha ocasionado un empobrecimiento de la clase trabajadora, al afectar negativamente los ingresos de los hogares, empeorando su nivel de vida e impulsándolos a ir en busca de otro lugar para vivir.

Una característica de la migración internacional de los últimos años es que no está representando un movimiento de población sino un movimiento de fuerza de trabajo, es decir, de individuos económicamente productivos¹³⁶. Los migrantes se desplazan de países de menor desarrollo hacia los países más avanzados, siendo éstos últimos los que intentan controlar los flujos de migrantes de acuerdo a sus necesidades y objetivos(Alba, 1994).

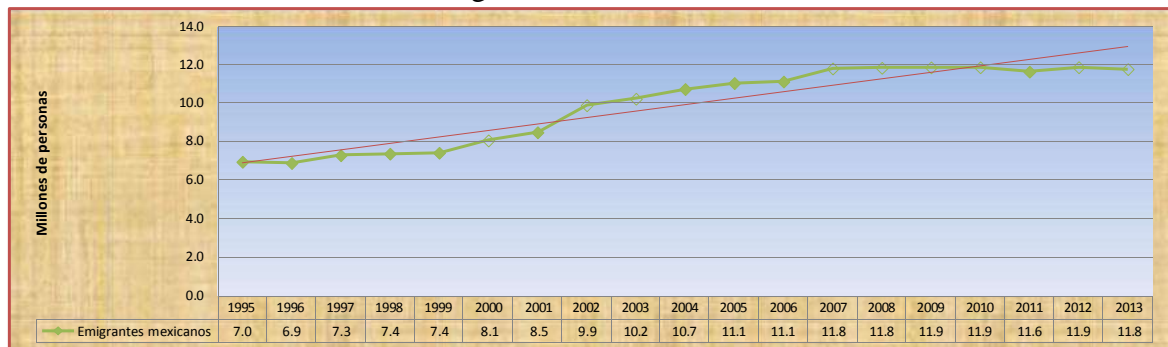
¹³⁶ Para un mayor análisis véase Alba (1976); en *"Éxodo silencioso: La migración de los trabajadores mexicanos a EU"*.

**Cuadro 1. Porcentaje de Población Nacida en Estados Unidos y
migrantes 1970-2010**

Año	Porcentaje de Población			Porcentaje de migrantes según país de nacimiento	
	Total	Nacida en USA	Migrante	México	Resto de países
1970	100	95	5	0.4	4.7
1980	100	94	6	1.0	5.4
1990	100	92	8	1.8	6.6
2000	100	88	12	3.3	8.4
2005	100	87	13	3.9	9.2
2010	100	86	14	4.4	9.2

Fuente: Elaboración propia con base a información estadística de

Gráfica 22. México Número de Emigrantes mexicanos en E.U.A. 1995-2013



Fuente: Elaboración propia con base a información estadística de CONAPO y datos del US Census Bureau.

En los últimos años es cada vez más notorio el porcentaje de población mexicana que emigra a los Estados Unidos, la cual ha conformado ya el 4.4 por ciento del total de la población en ese país, según información proporcionada por el US Census Bureau. El cuadro 1, muestra la evolución de la población nacida en México residente en los Estados Unidos; desde 1970, de este modo observamos que de 1980 al 2010 esta población se ha incrementado en un 440 por ciento, lo que demuestra la incapacidad de la política económica mexicana para poder garantizar las condiciones necesarias a la población nacional.

Gráfica 22, muestra la tendencia de Emigrantes mexicanos en los Estados Unidos la cual es positiva y creciente, además obsérvese que para el 2013 son ya 11.8 millones de mexicanos los que se encuentran en el país del norte.

Así mismo, del 100 por ciento de migrantes en el año de 1980 el 16 por ciento estaba conformado por mexicanos, para el 2010 esta cifra se incremento en un 100%, por lo que ahora los mexicanos representan más del 32 por ciento de la población migrante en los Estados Unidos, como lo muestra el cuadro 2.

Cuadro 2. Porcentaje de Población Migrante de origen mexicano en

Estados Unidos 1970-2010

Año	Porcentaje de Migrantes		
	Total	Mexicanos	Resto de países
1970	100	8.4	91.6
1980	100	16.0	84.0
1990	100	21.4	78.6
2000	100	28.2	71.8
2005	100	29.5	70.5
2010	100	32.4	67.6

Fuente: Elaboración propia con base a información estadística de CONAPO y datos del US Census Bureau

La migración internacional, ha representado en los últimos años la única salida para millones de familias mexicanas que ven en ella la forma de mejorar su situación

económica, y poder ofrecer a su familia las condiciones de vida necesarias para su supervivencia; mismas que no han podido ser cubiertas por las autoridades nacionales. La migración representa en todo sentido el fracaso de la política económica mexicana.

Conclusiones

La política económica liberal aplicada en México desde principios de la década de 1980, hasta nuestros días, no ha sido capaz de impulsar el empleo que requiere el país para hacer frente a los desafíos que genera día a día la globalización. En este sentido, nuestra investigación se planteó como objetivo fundamental: demostrar que la política liberal desarrollada en México desde la década de los 1980 e intensificada en los últimos años, no ha logrado resolver las patologías económicas como son el desempleo, la precarización del trabajo y la migración internacional.

La economía ortodoxa propone como una forma de incentivar el empleo, la eliminación de todo tipo de elementos ajenos al mercado de trabajo, que interfieran con su correcto funcionamiento. El detrimento de la protección laboral y social en aras del correcto funcionamiento de los mercados, ha ocasionado una reducción en los ingresos de los trabajadores y con ello una baja en su consumo, lo que implica una disminución en la demanda de productos provocando un efecto directo en los niveles de empleo. La evidencia estadística aquí presentada ha mostrado que a pesar de la constante disminución que han tenido los salarios, el empleo no se ha logrado incrementar, y las condiciones de trabajo que presentan el sector productivo mexicano no es el mínimo requerido para garantizar un empleo de calidad, que mejore las condiciones de vida de los trabajadores.

De acuerdo con los datos presentados, para el caso de la economía mexicana la relación inversa entre salario y empleo no se verifica, pues los salarios han presentado una tendencia decreciente, mientras que los niveles de desempleo se han incrementado, por tanto la estrategia de impulsar el empleo a través de la reducción del salario real no ha tenido efecto positivo alguno, sin embargo, si ha agudizado la situación económica de los trabajadores. Se observa que la teoría económica que justifica las políticas liberales del sector laboral, no han presentado efecto positivo alguno, la razón de esto se debe a un mal diagnóstico de las causas de desempleo y la pobreza en México, es necesario recurrir a teorías alternas que expliquen con mayor precisión la situación que atraviesa la economía Mexicana.

En nuestra opinión la TIMT, representa una opción alterna para la configuración de política económica laboral que permita entender y por tanto gobernar la situación de los trabajadores Mexicanos. La mala interpretación del sector laboral ha ocasionado una reducción en los ingresos de los trabajadores y, con ello una disminución de su consumo. Debe recordarse que las prestaciones sociales son un mecanismo de redistribución del ingreso ante el deterioro salarial que presentan los trabajadores mexicanos, por lo que su desaparición conduce a un escenario de pobreza y marginación.

Ante esta situación miles de mexicanos han encontrado en la migración principalmente la dirigida a los Estados Unidos una forma de mejorar sus condiciones de vida, lo que demuestra el fracaso de la política económica mexicana que no ha podido ofrecer a los ciudadanos un empleo que les permita vivir dignamente. Se requiere necesariamente una nueva forma de vislumbrar el sector laboral, y por ende una nueva manera de generar e instrumentar la política económica, se debe reconocer que el sector laboral

está conformado por oferentes, demandantes e instituciones laborales, mismas que no dañan su funcionamiento, sino que contribuyen a mejorar el funcionamiento del mercado.

Por último, señalaremos la necesidad de impulsar la productividad y competitividad de la mano de obra mexicana, sin embargo, ésta no debe basarse en la eliminación de las condiciones de trabajo, ni a través de las reducciones salariales, medidas que impactan en la calidad de vida de las personas, empobreciéndolas cada día más.

Referencias bibliográficas

Alba, F. (1994); "Aspectos Urbanos de la migración laboral: La situación de los países de origen"; en *Estudios Demográficos y Urbanos* , 27.

Castel, R. (2006); **La metamorfosis de la cuestión social: Una crónica del asalariado**; Buenos Aires: Paidós.

Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. (2006). <http://www3.diputados.gob.mx>. Recuperado el 28 de Noviembre de 2011, de http://www3.diputados.gob.mx/camara/001_diputados/006_centros_de_estudio/02_centro_de_estudios_de_finanzas_publicas_1/005_indicadores_y_estadisticas/01_historicas

Comisión Nacional de Salarios Mínimos (Junio de 2014).

<http://www.conasami.gob.mx/>. Recuperado el 24 de Junio de 2014, de

http://www.conasami.gob.mx/pdf/salario_minimo/sal_min_gral_prom.pdf

Dornbusch, R. y S. Fischer (1994); **Macroeconomía**; Madrid: Mc Graw Hill.

González, G. (2004); "La globalización y el mercado de trabajo"; en *Problemas del Desarrollo* , 35-48.

Huerta, A. (2000); **La insustentabilidad del modelo económico actual**; en *Economía y Desarrollo* , 194-214.

INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2010), *Encuesta Nacional de Ocupación y empleo*, disponible en <http://www.inegi.org.mx/default.aspx>, consultado el 26 de diciembre de 2013.

INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2010), *Censo de Población y Vivienda 2010*, disponible en <http://www.inegi.org.mx/default.aspx> , consultado el 13 de enero de 2014.

Marticorena, C. (2005); **Precariedad laboral y caída salarial el mercado de trabajo en la Argentina de post convertibilidad**; *Asociación Argentina de especialistas en estudios del trabajo*, s/p.

Mises, L. V. (1968). *Human Action. A treatise on economics*. San Francisco. C.A.: Fox & wilkens.

Noriega, F. (2006); **Economía para no economistas**; México: Ciencia Nueva Editores.

Noriega, F., (2001) *Macroeconomía para el Desarrollo: Teoría de la Inexistencia del Mercado de Trabajo*, México D.F., McGraw Hill

Rodríguez, E. y E. Gaona (2010); "La Reforma Laboral ¿Promueve la competitividad y el empleo?"; en A. Terrones C., *Globalización, Crisis y Crecimiento Económico en México* (pág. 198). Pachuca: Plaza y Valdez.

Romer, D. (2002); **Macroeconomía Avanzada**; Madrid: Mc Graw Hill.

Solow, R. (1999); **El mercado de trabajo como institución social**; Madrid: Alianza Editorial.

Stephen W. Smith (1994). *Labour Economics*. New York. Editorial Rout Ledge.

Stiglitz, J. (2002); "Empleo, justicia social y bienestar de la sociedad"; en *Revista Internacional del Trabajo*, 9-30.

STPS (Secretaria del Trabajo y Previsión Social) (2014), *Estadísticas*, disponible en <http://www.stps.gob.mx/bp/index.html>, consultado el 22 de junio de 2014.

Diseño de estrategias representativas para el desarrollo secto-regional en Acaxochitlán, hidalgo

Dr. Aníbal Terrones Cordero

*Área Académica de Economía. Instituto de Ciencias Económico Administrativas.
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.*

Dra. Yolanda Sánchez Torres

*Área Académica de Comercio Exterior. Instituto de Ciencias Económico
Administrativas. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.*

E-mail: yolasato08@hotmail.com

Introducción

La responsabilidad central del Estado mexicano es proporcionar la satisfacción de las necesidades básicas de la población; y liberar a cada habitante de los obstáculos que le impiden, en su calidad de ser humano libre, su desarrollo como persona digna (Iriarte *et al.*, 2003; Tello, 2007). Ante la premisa de que el desarrollo económico nacional se fundamenta en las estrategias locales, los gobiernos municipales constituyen un sistema fundamental para alcanzar el desarrollo regional y, con ello, nacional. El buen gobierno es una necesidad vital, no un lujo, sin un Estado eficaz, es imposible alcanzar un desarrollo sostenible, tanto en el plano económico como social (Banco Mundial, 1997).

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) establece que —la ciudadanía no puede ser definida sólo por el derecho al voto‖ sino que deben considerarse el carácter igualitario, fundamentado en el reconocimiento universal de los derechos y obligaciones de todos los miembros de una sociedad democráticamente organizada (PNUD, 2004). El desarrollo sector regional implica procesos continuos de cambios estructurales en el ámbito productivo, político y social de un país. Estos tienen éxito cuando se construyen de abajo hacia arriba; es decir, se debe partir de un

diagnóstico participativo de los recursos humanos, naturales y materiales que prevalecen en una determinada región con el fin de diseñar e implementar estrategias de desarrollo de acuerdo a las necesidades de la sociedad (Pardo, 1994; Sánchez *et al.*, 2003; Silva, 2003; Osorio, 2009; Blakely y Green, 2010). Existe marcada relación y mutua interdependencia entre la región y los actores sociales. Los actores sociales juegan un rol importante en el desarrollo económico y social de una determinada región puesto que ayudan a entender a la gente que la habita, sus necesidades, su historia, su problemática y sus posibles soluciones (Giménez, 1994; Terrones y Sánchez, 2010).

Giménez (1996) y Canabal (2001) consideran a una región como una construcción sociocultural en el cual el territorio se va conformando por la dinámica de los procesos sociales, que tienen como base una multitud de ámbitos locales y comunitarios, los cuales se van articulando por la lucha de los actores por medio de las dinámicas económicas, culturales, históricas y sociales que les lleva a modelar la región como un ámbito territorial extendido. La región es un espacio geográfico donde se realizan actividades productivas con presencia de actores sociales y políticos que promueven el crecimiento económico (Ramírez, 2004). Conturrero (1998) es partidario del enfoque territorial para el desarrollo, el cual considera a la región como el entorno desde donde los actores pueden desarrollar ventajas en el contexto de la globalización, referidos a la competitividad y la cooperación para atraer al territorio inversiones y recursos. Desde la perspectiva de esta investigación, se considera a la región como un espacio físico delimitado por una superficie, constituido por elementos naturales (fauna, flora, precipitación pluvial, clima, hidrología, suelo, etc.) y, la presencia de un conjunto de habitantes que interactúan con la naturaleza desarrollando un conjunto de actividades a

efecto de satisfacer sus necesidades biológicas, sociales y culturales, dentro de un marco institucional (Terrones y Sánchez, 2010; Terrones, 2013).

Morales (1998) concluyó que el desarrollo local se da mediante la identificación de las potencialidades productivas de la comunidad y determinación de las diferentes causas que generan el problema central, esto con el fin de buscar alternativas de solución a dicha problemática y, con ello, mejorar las condiciones de bienestar de la población, en un marco participativo.

Las decisiones públicas se ven limitadas si no se consideran las prioridades señaladas por los mismos ciudadanos (Olvera, 1999). Schönhuth (1994) desarrolló y analizó lineamientos generales de planeación participativa en el medio rural, concluyó que la planeación es eficiente y eficaz siempre y cuando participen activamente todos los involucrados tanto en la identificación de necesidades y prioridades comunes, así como en la elaboración, ejecución y seguimiento de alternativas de solución plasmadas en proyectos.

El presente trabajo se ubica en el contexto del desarrollo secto-regional puesto que enfatiza el desarrollo de los diferentes sectores en el municipio de Acaxochitlán Hidalgo, tiene como objetivo identificar los obstáculos de desarrollo del municipio de Acaxochitlán, con el fin de elaborar estrategias de desarrollo, basadas en la Planeación Participativa.

En el apartado 1 se caracteriza la región de estudio; el 2 presenta la Planeación Participativa, sustento teórico metodológico de este trabajo. En el apartado 3 se presentan los resultados, en el 4 las conclusiones y, por último, la bibliografía.

1. Región de estudio

Municipio de Acaxochitlán

Acaxochitlán cuenta con una superficie de 226.10 km², lo que representa el 1.08% de la superficie total del estado, se encuentra a 69 km de distancia de la capital del estado, sus coordenadas geográficas son: 20°10' latitud norte y 98° 12' latitud oeste. Tiene una altura de 2 260 msnm. Colinda al norte y este con el estado de Puebla; al sur con el estado de Puebla y el Municipio de Cuauhtémoc de Hinojosa; al oeste con los municipios de Tulancingo de Bravo y Metepec (INEGI, 2000a). Está integrado por 36 comunidades (PMA, 2006). Cuenta con 40 583 habitantes (INEGI, 2010). La población trabajadora ha mostrado un incremento y una transición de su vocación productiva, pasando de ser mayoritariamente agrícola al sector terciario. En el año 2000, el mercado laboral registró una Población Económicamente Activa (PEA) ocupada de 10 503 donde el 30.2% pertenecen al sector primario, el 25.7% al secundario y el 44.1% al sector terciario (Inegi, 2000b).

El municipio de Acaxochitlán contaba, en el 2010, con 8 238 viviendas particulares ocupadas. De estas 1 155 tienen piso de suelo mientras que 7 083 viviendas el piso es diferente al suelo. Las viviendas con agua entubada fueron 4839, es decir, 3 399 viviendas carecen de agua entubada, lo que representa el 41.26% de las viviendas totales, principalmente aquellas construidas en el ámbito rural (zona alta), así como en asentamientos irregulares. El 43.36 % de las viviendas ocupadas no disponen de drenaje y el 7.40% no cuentan con el servicio de energía eléctrica (Inegi, 2010).

2. Metodología

Mediante la aplicación del método ZOPP (por sus siglas en alemán Ziel-Orientierte Projekt-Planung, en español: Planeación de Proyectos Orientada a Objetivos), o comúnmente denominado Planeación Participativa, se determinan prioridades comunes y se diseñan estrategias y acciones adecuadas para impulsar el desarrollo integral (Forster y Osterhaus, 1995; GTZ, 1995).

El ZOPP loutilizado la Comisión Nacional del Agua (CNA, hoy Conagua) en la elaboración de planes integrales del uso y manejo de aguas. También, gobiernos municipales en la instrumentación de planes de desarrollo, con colaboración de instituciones de enseñanza e investigación (Terrones y Sánchez, 2010; Terrones, 2013).

En esta investigación, el ZOPP se utilizó para determinar la problemática y estrategias de desarrollo del municipio de Acaxochitlán, realizada en 2008. Se realizaron 6 talleres participativos con una duración de 36 horas, donde participaron: representantes municipales, estatales, federales, de instituciones de educación, y de sectores productivos. Los instrumentos de análisis del ZOPP son: Árbol de Problemas, Árbol de Objetivos, Análisis de Involucrados, Matriz de Planeación de Proyecto y Planeación Operativa de Proyecto; estos implican la realización de talleres participativos, denominados talleres ZOPP.

Árbol de Problemas

Terrones (2013) determinó que el Árbol de Problemas es el diagnóstico de la situación actual, realizado a partir de la identificación del problema central y la visualización y análisis de las causas y efectos que origina dicho problema. Un problema se expresa en

términos de la carencia de determinados elementos, por ejemplo: falta de financiamiento, inseguridad, inadecuada capacitación, falta asistencia técnica, drogadicción, escasa coordinación interinstitucional, etc.

Árbol de Objetivos

El Árbol de Objetivos se forma convirtiendo el problema que está en el nivel más alto del Árbol de Problemas a un objetivo. Luego se sigue trabajando hacia abajo, convirtiendo cada causa en un medio de abordar el problema de desarrollo, formulando cada condición negativa como una condición positiva, es decir, objetivos que son deseados y factibles en la realidad.

Análisis de Involucrados

Se analizan todas las personas, grupos y organizaciones involucradas directa e indirectamente con el proyecto, indicando sus funciones, intereses, fortalezas y debilidades. Se examina la realidad social y las relaciones de poder. Los planificadores tendrían que distinguir entre los involucrados activos (líderes) y pasivos (con poca participación o no asisten pero se presentan sus representantes).

Matriz de Planeación de Proyecto

La Matriz de Planeación de Proyecto (MPP) expresa, de manera integrada, la estrategia de ejecución del proyecto, misma que comprende la definición del Objetivo Superior, Objetivo del Proyecto y las Actividades, así como sus Indicadores Verificables Objetivamente y Supuestos.

Planeación Operativa de Proyecto

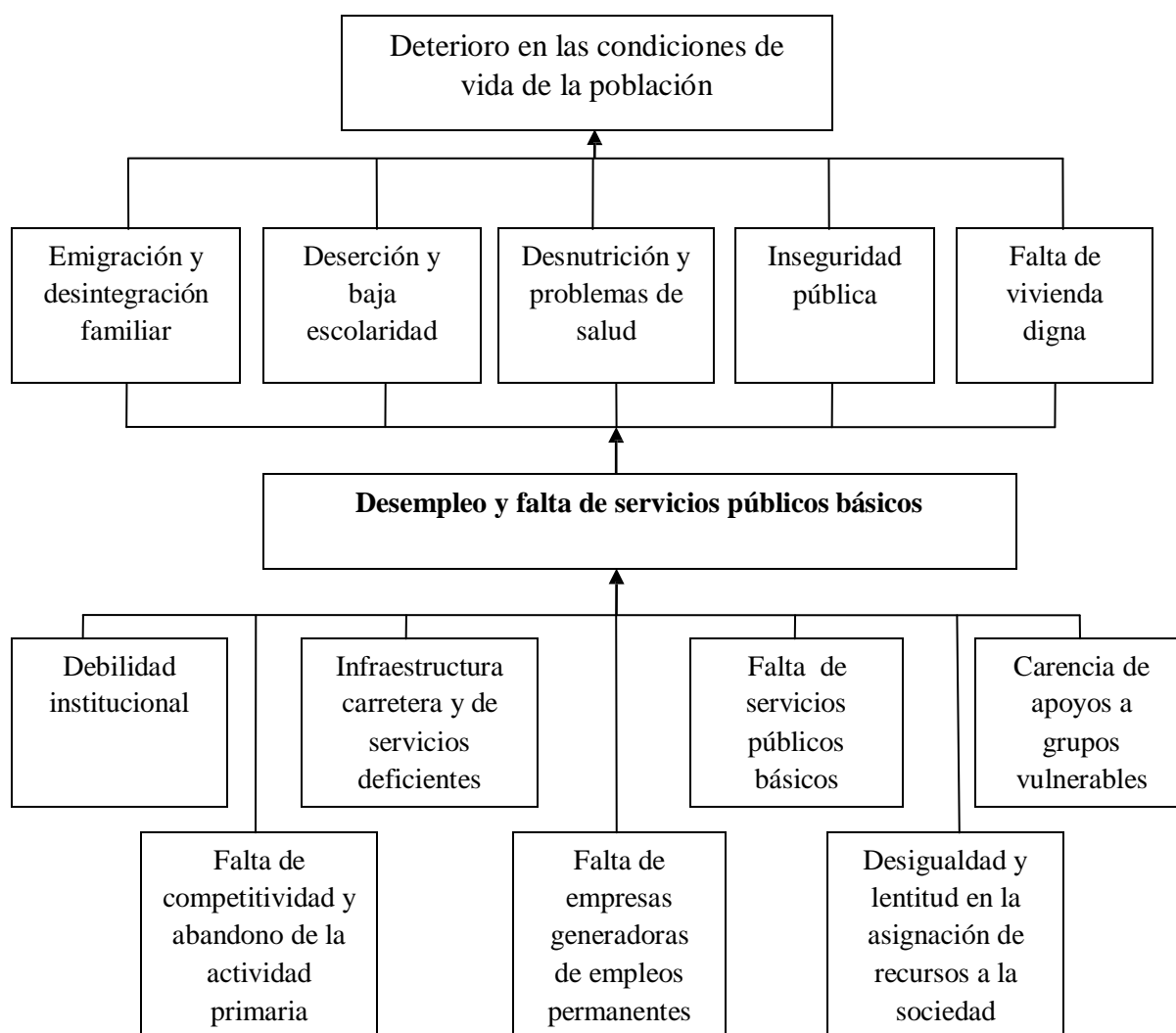
Las Sub-actividades se plasma en la Planeación Operativa de Proyecto, esta contiene una asignación de atributos que permiten hacer administrables o monitoreables las Actividades, como Resultados esperados, Fechas de Ejecución, Responsables y los Supuestos.

3. Resultados

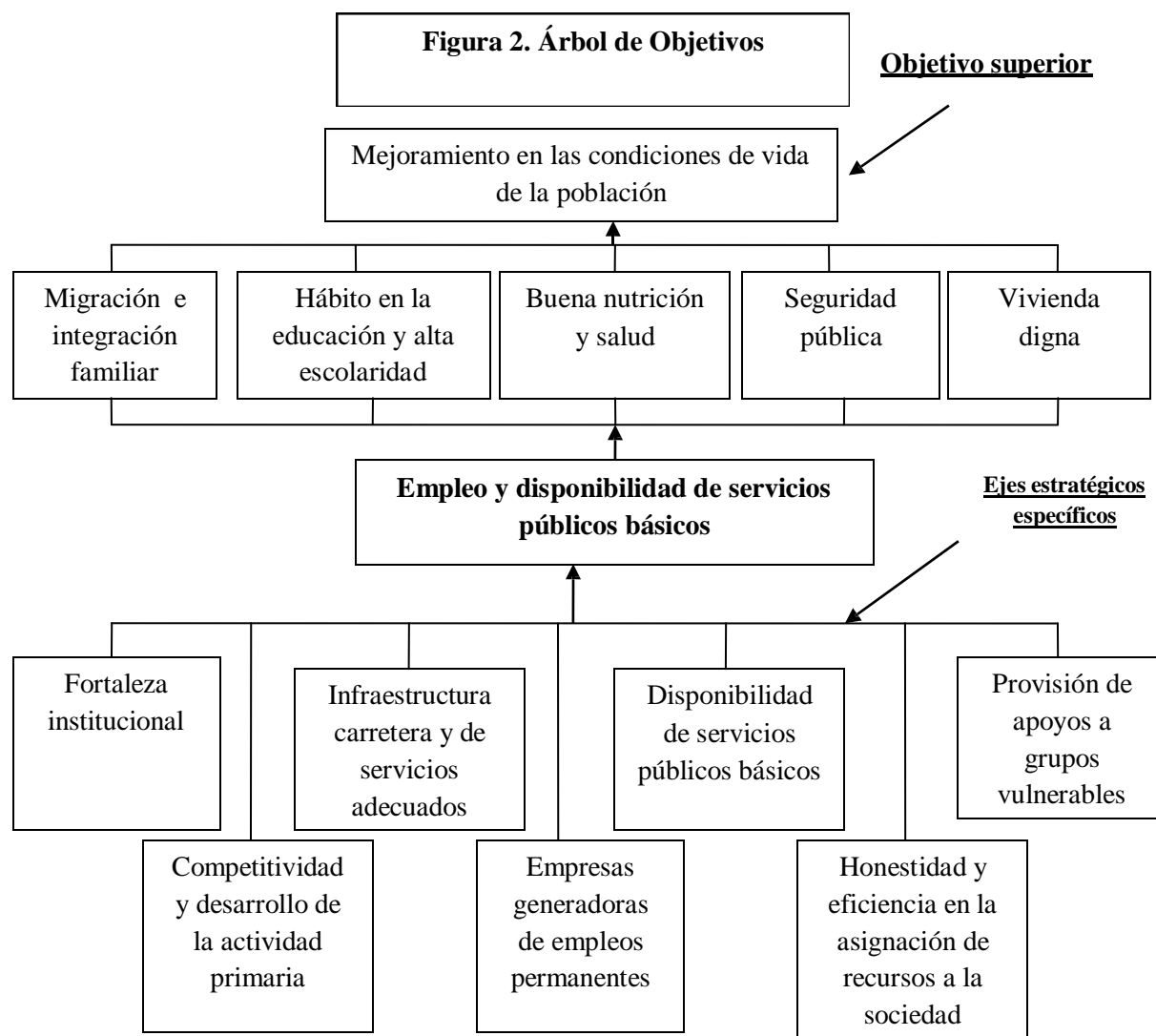
Para fines de esta investigación se presenta la problemática, concentrada en el Árbol de Problemas, y las estrategias de desarrollo secto-regional, esquematizadas en el Árbol de Objetivos, para el desarrollo integral del municipio de Acaxochitlán Hidalgo.

Con la colaboración de autoridades del H. Ayuntamiento municipal, comisariados ejidales, delegados municipales, líderes políticos y sociales, empresarios, organizaciones comerciales y civiles, dependencias estatales y federales y, sociedad en general, se determinó como problemática central —desempleo y falta de servicios públicos básicos (Figura 1). Una vez determinado el Árbol de Problemas, se elaboró el Árbol de Objetivos (Figura 2).

Figura 1. Árbol de Problemas



Fuente: elaboración propia con información generada en los talleres ZOPP.



Fuente: elaboración propia con información generada en los talleres ZOPP.

De acuerdo con el Árbol de Problemas, se determinaron 7 ejes estratégicos: fortaleza institucional, competitividad y desarrollo de la actividad primaria, infraestructura carretera y de servicios adecuados, empresas generadoras de empleos permanentes, disponibilidad de servicios públicos básicos de calidad, honestidad y eficiencia en la asignación de recursos a la sociedad y, provisión de apoyos a grupos vulnerables. Éstos ejes estratégicos contienen líneas de acción y, éstas, proyectos. A continuación se

presentan dichos ejes con sus líneas de acción y proyectos (los proyectos aparecen entre paréntesis)

1. Fortaleza institucional

1.1. Eficiente coordinación institucional (1.1.1. Claridad sobre la responsabilidad social; 1.1.2. Alta participación e integración social).

1.2. Impartición de justicia y seguridad en casa habitación y calles (1.2.1. Impartición de justicia y seguridad pública en las comunidades y colonias; 1.2.2. Fomento a la vida sin drogas).

1.3. Seguridad en las escuelas (1.3.1. Regulación en la venta de alcohol alrededor de las escuelas; 1.3.2. Fijación de señalamientos viales alrededor de las escuelas; 1.3.3. Implementación de vigilancia en las escuelas).

1.4. Protección de los derechos humanos de la población (1.4.1. Atención a los derechos humanos de la población en general; 1.4.2. Cuidado de los derechos humanos de adultos mayores, indígenas y discapacitados).

1.5. Desarrollo integral de la familia (1.5.1. Atención a niños de la calle; 1.5.2. Prevención y atención al maltrato familiar; 1.5.3. Prevención y tratamiento del alcoholismo).

1.6. Eficiente recaudación de impuestos (1.6.1. Instrumento recaudatorio eficiente).

2. Competitividad y desarrollo de la actividad primaria

2.1. Apoyo adecuado a la producción agrícola (2.1.1. Métodos de riego óptimos en la agricultura; 2.1.2. Apoyos institucionales suficientes para desarrollar la agricultura).

2.2. Apoyo adecuado a la producción pecuaria (2.2.1. Mejoramiento de la infraestructura en la producción pecuaria; 2.2.2. Mejoramiento genético; 2.2.3. Apoyos institucionales adecuados en la producción pecuaria).

2.3. Uso sustentable del recurso forestal (2.3.1. Promoción de una cultura racional en el uso forestal; 2.3.2. Capacitación en la explotación forestal; 2.3.3. Prevención y control de incendios forestales).

2.4. Aprovechamiento óptimo de la acuicultura (2.4.1. Promoción y capacitación en la producción de peces; 2.4.2. Financiamiento en la adquisición de organismos producidos).

3. Infraestructura carretera y de servicios adecuados

3.1. Caminos de acceso a las comunidades suficientes (3.1.1. Ampliación de caminos de acceso; 3.1.2. Conclusión de caminos de acceso).

3.2. Mejoramiento en los caminos de terracería (3.2.1. Mantenimiento eficaz en carreteras de terracería; 3.2.2. Disponibilidad de maquinaria; 3.2.3. Adecuada planeación en el diseño de carreteras).

3.3. Mantenimiento continuo en carreteras pavimentadas (3.3.1. Cambio de carpetas asfálticas en mal estado; 3.3.2. Mantenimiento antes y después del periodo de lluvias).

3.4. Aumento de carreteras de calidad (3.4.1. Diseño y construcción de carreteras de cuatro carriles).

3.5. Fijación de señalamientos viales (3.5.1. Colocación de señalamientos viales en los accesos a las comunidades; 3.5.2. Colocación de señalamientos en escuelas).

4. Empresas generadoras de empleos permanentes

4.1. Fomento a la competitividad de pequeñas y medianas empresas (4.1.1. Financiamiento al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas; 4.1.2. Estudio de factibilidad de parques industriales).

4.2. Financiamiento al comercio y abasto (4.2.1. Mejoramiento de la Infraestructura en mercado municipal; 4.2.2. Financiamiento a la comercialización de productos).

4.3. Fomento a las exportaciones (4.3.1. Estudio de factibilidad técnico-económico para la exportación; 4.3.2. Capacitación para la exportación; 4.3.3. Financiamiento para la exportación).

4.4. Fomento al turismo (4.4.1. Estudio de factibilidad al desarrollo del ecoturismo; 4.4.2. Impulso de la infraestructura para el desarrollo turístico).

4.5. Vinculación con instituciones de educación e investigación para el desarrollo (4.5.1. Realización de convenio de colaboración con instituciones públicas y privadas; 4.5.2. Vinculación con instituciones de capacitación).

5. Disponibilidad de servicios públicos básicos de calidad

5.1. Vivienda digna para todos (5.1.1. Satisfacción de la demanda de vivienda).

5.2. Disponibilidad de electricidad en todos los hogares (5.2.1. Instalación de electricidad de buena calidad; 5.2.2. Ampliación de electricidad en todos los hogares; 5.2.3. Reparación o compra de celdas solares).

5.3. Disponibilidad de agua potable y drenaje (5.3.1. Disponibilidad de agua entubada en comunidades; 5.3.2. Disponibilidad de drenaje en comunidades; 5.3.3. Ampliación de agua potable y drenaje en la cabecera municipal).

5.4. Consolidación de la educación de calidad (5.4.1. Creación de escuelas de educación básica en comunidades; 5.4.2. Otorgamiento de apoyos a estudiantes).

5.5. Suficiente transporte público (5.5.1. Transporte público suficiente en comunidades; 5.5.2. Modernización del transporte público).

5.6. Acceso a la salud de calidad (5.6.1. Construcción de clínicas en comunidades; 5.6.2. Amplia cobertura de afiliación de la población en instituciones de salud; 5.6.3. Suficiente personal médico, infraestructura y medicamentos en hospitales).

5.7. Disponibilidad de panteones y plazas públicas en buen estado en comunidades (5.7.1. Remodelación y construcción de panteones en comunidades; 5.7.2. Remodelación y construcción de plazas públicas en comunidades).

6. Honestidad y eficiencia en la asignación de recursos a la sociedad

6.1. Acceso a la información en la asignación de recursos públicos del municipio (6.1.1. Fomento a la transparencia y honestidad; 6.1.2. Capacitación al personal de la administración pública municipal).

6.2. Atención a la ciudadanía de manera cordial y ágil (6.2.1. Colocación de módulos de atención al público).

6.3. Eficiencia en la entrega de recursos públicos a la población (6.3.1. Entrega de recursos a la población beneficiada a tiempo).

6.4. Focalización eficiente de la población beneficiada (6.4.1. Aumento en la cobertura de la población que necesita apoyos públicos municipales; 6.4.2. Estudio de focalización de la población objetivo en la implementación de programas sociales).

7. Provisión de apoyos a grupos vulnerables

7.1. Otorgamiento de apoyos a adultos mayores (7.1.1. Atención médica pública de calidad a adultos mayores; 7.1.2. Diseño y construcción de lugares recreativos para adultos mayores; 7.1.3. Apoyo monetario a adultos mayores).

7.2. Estímulos económicos a madres solteras (7.2.1. Apoyo monetario a madres solteras para mantener a su familia).

7.3. Otorgamiento de apoyos a discapacitados (7.3.1. Cuidado de la salud de los discapacitados; 7.3.2. Provisión de sillas de ruedas a discapacitados; 7.3.3. Apoyo monetario a familiares de discapacitados).

7.4. Desarrollo de grupos indígenas (7.4.1. Ofrecimiento de los servicios públicos básicos a grupos indígenas; 7.4.2. Generación de oportunidades de desarrollo a grupos indígenas).

7.5. Apoyos a migrantes (7.5.1. Apoyo a la familia del emigrante).

4. Conclusiones

La Planeación Participativa constituye una herramienta metodológica indispensable en la identificación y solución de problemas secto-regionales. La identificación de necesidades comunes, en un sistema participativo, representa un diagnóstico real de los obstáculos del desarrollo regional, el atender con responsabilidad estos problemas propicia un mayor bienestar social y económico de la población objeto de estudio, además de generar y consolidar el tejido social, necesario para el fortalecimiento de un sistema institucional local que actualmente se encuentra deteriorado.

Las estrategias de desarrollo aquí presentadas son integrales y de largo plazo, puesto que considera los diferentes aspectos de desarrollo económico y social del municipio de Acaxochitlán, con visión tanto en el presente como en el futuro, y que para el cumplimiento de sus objetivos, es indispensable llevar a cabo los diferentes proyectos, con sus actividades, con la participación responsable de los involucrados. Además de representar un instrumento importante en la legitimidad y credibilidad de las instituciones públicas frente a la sociedad.

Bibliografía

- Banco Mundial (1997), *El Estado en un mundo en transformación. Informe sobre desarrollo mundial*, Oxford University, Inglaterra.
- Blakely, Edward y Nancey Green Leigh (2010), *Planning local economic development: theory and practice*, SAGE Publications, Inc., Thousand Oaks, California.
- Canabal Cristiani, Beatriz (2001), *Los caminos de la montaña. Formas de reproducción social en la montaña de Guerrero*, UAM-X, CIESAS, Miguel Ángel Porrúa, México.
- Conturrero Menta, Romero (1998), *Planificación y gestión estratégica del desarrollo local*, Cuadernos de Aguilar: textos de apoyo, España.
- Forster, Reiner y Juliane Osterhaus (1995), *Marco orientativo para la ejecución de proyectos*, Cooperación Técnica Alemana, GTZ, México.
- Giménez, Gilberto (1994), —Comunidades primordiales y modernización en México‖, en Giménez, Gilberto y Ricardo Pozas (coords.), *Modernización e identidades sociales*. UNAM, México, pp. 152-166.
- Giménez, Gilberto (1996), —Territorio y cultura‖, *Estudios sobre culturas contemporáneas*, Época II, II (4), Colima, México, pp. 28-43.
- GTZ (Agencia Alemana de Cooperación Técnica: Team Technologies) (1995), *Marco orientativo para la ejecución de proyectos de la Cooperación Técnica alemana a través de la GTZ*, GTZ, México.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2000a), *Marco geoestadístico: Conjunto de datos vectoriales de la carta topográfica, 1:50 000*, México.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2000b), *Censo de Población y Vivienda 2000*, México.

- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2010), *Censo de Población y Vivienda*, México, <http://www.censo2010.org.mx/>, 13 de abril de 2011.
- Iriarte, Alicia, Mariana Vázquez y Claudia Bernazza (2003), —Democracia y ciudadanía: reflexiones sobre la democracia y los procesos de democratización en América Latina, *Futuros*, 1 (4), pp. 36-48, http://www.revistafuturos.info/futuros_4/democraci_ciudad_1.htm, 26 de junio de 2010.
- Morales, Federico (1998), *Desarrollo local: principios, metodologías y experiencias*, Fundación Friedrich, México.
- Olvera Rivera, Alberto (1999), —Los modos de la recuperación contemporánea de la idea de sociedad civil, en Alberto Olvera (coord.), *La sociedad civil: De la teoría a la realidad*, El Colegio de México, México, pp. 27-53.
- Osorio Martínez, Elena (2009), —La participación ciudadana en asociaciones civiles y la democratización de la sociedad: dos casos oaxaqueños, en Julia del Carmen Chávez Carapia y Martín Castro Guzmán (coords.), *Cultura de participación y construcción de ciudadanía*, Miguel Ángel Porrúa, México, pp. 167-185.
- Pardo, María del Carmen (1994), —La gestión municipal, ¿motor o freno para el ejercicio democrático?, en Mauricio Merino (coord.), *En busca de la democracia municipal. La participación ciudadana en el gobierno local mexicano*, El Colegio de México, México, pp. 253-282.
- PMA (Presidencia Municipal de Acaxochitlán) (2006), *Plan de Desarrollo Municipal de Acaxochitlán, 2006-2009*, Acaxochitlán, Hidalgo, México.
- PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) (2004), *La democracia en América Latina. Hacia una democratización de ciudadanas y ciudadanos*, Estados Unidos/Argentina, pp.50-80, <http://www.pnud.com>, 15 de enero de 2011.

- Ramírez García, Adán Guillermo (2004), *Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de educación ambiental bajo un enfoque participativo*, Centro Regional Universitario del Noreste, Universidad Autónoma Chapingo, Estado de México, México.
- Sánchez Bernal, Antonio, Édgar Tovar García y Antonia Sánchez Martínez (2003), —Evaluación del desempeño de los gobiernos municipales de Jalisco. Hacia una política de fortalecimiento municipal, *Gestión Municipal*, año 1, 1, Universidad de Guadalajara, Jalisco, pp. 55-72.
- Schnhuth, Michael (1994), *Participatory learning approaches: rapid rural appraisal, participatory appraisal*, Cooperación Técnica Alemana, GTZ, Rossdorf.
- Silva Lira, Iván (2003), *Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local*, CEPAL, Chile.
- Tello, Carlos (2007), *Estado y desarrollo económico: México 1920-2006*, Facultad de Economía, UNAM, México.
- Terrones Cordero, Aníbal y Yolanda Sánchez Torres (2010), *Planeación participativa: Teoría y práctica*, Plaza y Valdés-UAEH, México.
- Terrones, A. (2013), Planeación participativa para elaborar un plan de desarrollo municipal: el caso de Acaxochitlán, Hidalgo en *Economía, Sociedad y Territorio*. Volumen XII, número 42, pp. 521-559.

Un análisis de la población ocupada en el sector educativo mexicano entre 2005 y 2010

Dra. Angélica María Vázquez Rojas

*Licenciatura en Economía del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México.*

Dra. Diana Xóchitl González Gómez

*Licenciatura en Economía del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México.*

Resumen

Durante el quinquenio de 2005 a 2010 los trabajadores de la educación con nivel de instrucción medio superior y superior, representaron alrededor del 12 por ciento de la población ocupada en la economía mexicana. No obstante, se ha observado un ligero descenso de dicha proporción en ese período de tiempo. Más aún, este patrón no es generalizado a todos los estados del país, en particular los que integran la región sur. Por lo que se hace necesario indagar la dinámica del sector educativo, analizando el comportamiento de los trabajadores de la educación con nivel de instrucción medio superior y superior, diferenciando por género y rango salarial. El estudio se realiza mediante un análisis estadístico para las 32 entidades federativas de México, con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) y el Banco de Información Económica (BIE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), así como de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP); agrupando a las entidades conforme a las cinco regiones que considera el Consejo Nacional de Población

(CONAPO).

Palabras Clave:I24: Educación e Inequidad, J31: Estructura y nivel salarial, J70: Género

Introducción

La teoría del capital humano muestra el papel de la educación en el crecimiento económico. Aunque ya desde el siglo XVIII se hablaba de la importancia de la educación en la sociedad, es en la década de los años sesenta cuando Schultz (1963) introduce el concepto de capital humano en la economía, no como un gasto sino como una inversión; por lo que la elección sobre la educación estará determinada por los costos individuales y los beneficios que resulten de mejores oportunidades de empleo y de un mayor nivel de ingreso. Desde hace más de un siglo, los principales teóricos han fundamentado en el progreso técnico, el capital humano y la innovación, el crecimiento económico de los países.

En el caso de la economía mexicana, la proporción de los trabajadores de la educación en relación a la población ocupada es significativa en la mayoría de los estados. Además, se observa que el comportamiento de las variables de estudio (población ocupada total, población ocupada por género y por rango salarial) en dicho sector es diferenciado por estado y por región.

En la presente investigación se realiza un estudio de las regiones en las que se divide el país de acuerdo al índice de marginación¹³⁷ que estima el Consejo Nacional de Población (CONAPO), de los trabajadores de la educación por género y rango salarial con base en

¹³⁷Las dimensiones socioeconómicas que se consideran al calcular el índice de marginación son: educación, vivienda, distribución de la población e ingresos monetarios, de acuerdo al Consejo Nacional de Población.

la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) y el Banco de Información Económica (BIE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), mediante un análisis de diferencias de medias. El objetivo del trabajo es estudiar el comportamiento de los trabajadores con instrucción de nivel medio superior y superior que se ocupan en el sector educativo, diferenciando por monto salarial y por sexo, en cada una de las regiones de México para el periodo 2005-2010.

El documento se estructura de la siguiente forma: en el primer apartado se hace una breve revisión de la literatura sobre los principales apuntes de la economía de la educación y su relación con el crecimiento económico, así como con los estudios de género. El segundo aborda el comportamiento de la producción nacional y el grado de marginación por entidad federativa y por regiones. El tercer apartado se refiere a la población ocupada en la educación segmentando por género y rango salarial en las entidades y su integración por regiones. En el siguiente apartado se tiene un análisis comparativo entre regiones, y un análisis de correlación. Y por último, se presentan los comentarios finales.

1. Breve revisión de la literatura

Uno de los principales estudiosos de la educación es Martin Carnoy (2006), quien afirma que la educación debe estudiarse desde el punto de vista económico debido a que los individuos pueden tener acceso o no a la educación, sea pública o privada; y en esa oportunidad de acceder al sistema educativo deben contemplarse los costos asociados, por un lado, los individuales o familiares, y por otro lado, un costo que asume la sociedad mediante las contribuciones que realiza al erario público. Otra razón es que se muestra una relación positiva entre la educación y el ingreso, por ende, con el

crecimiento económico de un país. Y como tercer punto, visto desde el mercado laboral, se afirma que el sistema educativo es uno de los empleadores más importantes de trabajadores calificados.

La literatura sobre la teoría del crecimiento económico es muy amplia, aquí se expondrán algunas de las ideas principales que esta teoría tiene en relación al capital humano. Solow (1956) desarrolla el modelo teórico de crecimiento con capital y trabajo; Mankiw, Romer y Weil (1992) muestran que son mayores los efectos del ahorro y el crecimiento poblacional que lo que propuso Solow, para lo cual incluyen el capital humano, mientras que Solow únicamente consideraba al capital físico. Mankiw, Romer y Weil (conocido generalmente como MRW) demuestran que la acumulación de capital físico y el crecimiento de la población tiene mayores impactos sobre el ingreso cuando se considera la acumulación de capital humano, y también porque si no es así, habría un sesgo en los estimadores debido a la correlación que presenta con la tasa de ahorro y la tasa de crecimiento poblacional. Solow (1994) considera que la parte fundamental de la teoría del crecimiento endógeno es considerar endógeno al componente del progreso tecnológico como parte integral de dicha teoría. El pionero de esta formulación es Romer (1990), seguido por Grossman y Helpman (1991) y otros más durante la década de los noventa.

Mucho tiempo antes, Schumpeter (1967) con su teoría de los ciclos económicos confiere un atributo primordial a la innovación desarrollada por los empresarios. Sin embargo, Aghion y Howitt (1992) dieron mayor precisión a los aportes schumpeterianos mediante un modelo formal de habilidades de innovación, que conducirán a un mayor crecimiento; destinar más recursos a investigación y desarrollo, permitirán mayores innovaciones y por tanto la tasa de crecimiento del factor residual será mayor. Jones

(1995) aborda la inclusión de la investigación y desarrollo (I&D) como las variables que inciden en el crecimiento económico tratadas de manera endógena. Kremer (1993) explica el crecimiento endógeno relacionando la tasa de crecimiento poblacional con el progreso tecnológico. Lucas (1988) analiza los modelos neoclásicos de crecimiento y trata al capital humano como un factor productivo, plantea la hipótesis de que a mayores cantidades de capital humano medible (sea escolaridad o experiencia) se incrementa la productividad total de los factores, y este el grado de intensidad de las externalidades del capital humano.

El capital humano y la renta se estudian de manera conjunta para explicar la relación positiva que impera entre la formación escolar y la productividad. La evidencia empírica sugiere que la educación es un determinante del ingreso de los trabajadores, y por ende, del crecimiento económico de un país. No obstante, dentro del mercado de trabajo se ha identificado el problema de la discriminación. Si consideramos un conjunto de trabajadores en el mismo empleo y con un mismo nivel de escolaridad y habilidades, éstos pueden tener salarios diferentes. Lo anterior se puede deber a cuestiones de raza, género, nacionalidad, entre otras. A esto se le conoce como la discriminación en el mercado laboral que ha sido desarrollado por Becker (1971, 1993). En particular, dentro de la teoría de discriminación por género en el mercado de trabajo se reconoce la aportación de Blau, Ferber y Winkler (1998).

En el trabajo de Mendoza y García (2009) se aplica el método de descomposición de Oaxaca (1973) y Blinder (1973) para obtener la magnitud de la brecha salarial explicada por la discriminación. El principal resultado que encuentran es que existe una brecha en los ingresos laborales entre hombres y mujeres de México. La diferencia salarial se

explica en un 87.6 por ciento por la dotación de capital humano y 12.4 por ciento por la estructura del mercado. De acuerdo a la regionalización que efectúan, la zona sur del país es la que presenta un mayor grado de discriminación por género. En resumen, de acuerdo a la muestra, las mujeres perciben alrededor del 74 por ciento del salario de los hombres.

2. La producción y marginación en México, por región y entidades federativas

En México, el PIB no ha crecido en forma sostenida, durante el periodo de 1994 a 2013 mostró ciertas caídas en su tasa de crecimiento, por ejemplo de -8.8 por ciento en el segundo trimestre de 1995 y -9.4 por ciento también en el segundo trimestre de 2009. Asimismo, registró recuperaciones significativas en los años 1997 y 2010, cuyas tasas de crecimiento fueron 9.0 y 7.5 respectivamente, según el Gráfica 23 . Tasas de crecimiento anual del PIB en México para el periodo de 1994 a 2013 a precios del año 2003..

Por su parte, en 2005 las entidades federativas que tuvieron una mayor participación en el PIB de México son aquellas que comprenden la región 5 (Baja California, Coahuila, Distrito Federal y Nuevo León), la suma de sus aportaciones al PIB total es del 32.08 por ciento. Enseguida están los estados de la región 4 (Aguascalientes, Baja California Sur, Colima, Chihuahua, Jalisco, Estado de México, Sonora y Tamaulipas) con el 27.26 por ciento. Luego las entidades que integran la región 2 (Campeche, Hidalgo, Michoacán, Puebla, San Luis Potosí, Tabasco, Veracruz y Yucatán), cuya aportación es del 21.97 por ciento. Posteriormente, la región 3 (Durango, Guanajuato, Morelos, Nayarit, Querétaro, Quintana Roo, Sinaloa, Tlaxcala y Zacatecas) cuya participación es del 13.59 por ciento. Finalmente, los estados de la región con mayor grado de

marginación en el país (Chiapas, Guerrero y Oaxaca), que únicamente contribuyen con el 5.09 por ciento del PIB nacional, como se observa en el Gráfica 24. Participación porcentual de las regiones de México en el PIB Total y el PIB por Servicios

Para el año 2010, el comportamiento se mantuvo casi igual en todas las regiones como se indica en el gráfico 3. Las aportaciones al PIB total fueron 31.90 por ciento de la región 5, 27.64 de la región 4, 21.42 por ciento de la región 2, 14.06 de la región 3, y por último, la región 1 con el 4.98 por ciento.

Por otra parte, de acuerdo a las razones que expone Carnoy (2006) para estudiar la educación desde un punto de vista económico, en este apartado se aborda el último punto que se ha hecho referencia, el vínculo entre la educación y el sector laboral en los servicios educativos. En este sentido, la aportación porcentual de los servicios de la educación al PIB de cada estado se muestra en la Tabla 15. Participación porcentual de la región 1 (por estado) en el PIB Estatal En el año 2010, los servicios educativos de la región 1 que se integra por Chiapas, Guerrero y Oaxaca contribuyeron a su PIB estatal en 7.68, 6.68 y 7.69 por ciento, respectivamente. Asimismo, la actividad de la industria manufacturera aportó al PIB el 7.39, 5.92 y 12.66 por ciento, respectivamente. De lo anterior se desprende que en estas entidades federativas, se aporta un valor de producción similar entre las actividades relacionadas con la educación y las manufacturas.

Tabla 16. Participación porcentual de la región 2 (por estado) en el PIB Estatal resume las aportaciones porcentuales al PIB de cada uno de los estados que integran la región 2. En relación a los servicios educativos se observa que Hidalgo y Michoacán son las

entidades que más contribuyen al valor de su producción en el año 2010. En cuanto a la industria manufacturera se mantiene Hidalgo como uno de los estados que más aporta al PIB, sin embargo, destacan aún más la participación de Puebla y San Luis Potosí con el 29.35 y 25.10 por ciento respectivamente.

En la región 3, la entidad que más destaca por la aportación de los servicios educativos a su PIB es Zacatecas, con el 6.60 por ciento. No obstante, el valor de la producción manufacturera con la que contribuye al PIB del estado no es el más significativo en dicha región. Es decir, en términos de la producción industrial, los estados que más aportan a su propio PIB son Guanajuato, Tlaxcala, Querétaro y Morelos, con el 31.96, 26.51, 25.45 y 25.44 por ciento respectivamente, como se observa en la Tabla 17.

Participación porcentual de la región 3 (por estado) en el PIB Estatal.

Tabla 18. Participación porcentual de la región 4 (por estado) en el PIB Estatal del exhibe las participaciones porcentuales de la producción en la educación y de la industria manufacturera en el valor del PIB de cada uno de los estados que integran la región 4. Se observa que la educación en el Estado de México aporta el 6.03 por ciento del PIB estatal. Asimismo, la producción manufacturera de Aguascalientes, Estado de México, Chihuahua y Jalisco son las entidades que más aportan a su respectivo PIB.

Por último, el comportamiento de los estados de la región 5 se ilustra en la Tabla 19.

Participación porcentual de la región 5 (por estado) en el PIB Estatal Es claro identificar que la aportación que hace el valor de la producción de los servicios educativos al PIB de cada estado, no es tan significativo. A diferencia de la contribución que hace el valor de la producción de la industria manufacturera al PIB estatal. De ahí que las

participaciones porcentuales sean mayores en el sector manufacturero que en el de los servicios de la educación. En ese sentido, Coahuila es el estado cuya producción manufacturera es la que más aporta al valor total de su producción con el 35.14 por ciento, seguido de Nuevo León con el 24.50 por ciento, Baja California con 22.22 y por último, el Distrito Federal con el 9.89 por ciento. Cabe precisar que en esta región, Coahuila es la entidad cuya producción en la educación es la que menos aporta al valor de su producción total.

Al respecto, cabe precisar que el Consejo Nacional de Población (Conapo) estima el índice de marginación para el año 2010, con base en el Censo General de Población y Vivienda del mismo año. De acuerdo a las estimaciones de Conapo, Guerrero, Chiapas y Oaxaca son las entidades federativas con grado de marginación muy alto (en orden descendente), donde habita 10.7 por ciento de la población nacional, y que se ubican en la región sur del país. El índice de marginación (con escala de 0 a 100) para dichos estados es 88.72, 84.14 y 80.48 respectivamente, según la tabla 6. Además, es la región que tiene la menor aportación al PIB total nacional (4.98 por ciento). Empero, su aportación al PIB de servicios educativos a nivel nacional es significativamente mayor (7.67 por ciento) en comparación con la cifra anterior.

En el rubro de marginación alto se encuentran ocho entidades, (su índice está entre paréntesis) que en orden de importancia son: Veracruz (57.63), Puebla (49.88), Hidalgo (48.79), San Luis Potosí (46.72), Michoacán (45.90), Tabasco (44.76), Campeche (43.93) y Yucatán (43.70). Este grupo de estados va desde el centro hasta el este y sur del país, y en él habita el 25 por ciento de la población nacional. Respecto a la

contribución al PIB total nacional, esta región aporta el 21.42 por ciento, cifra que es similar a la aportación al PIB de servicios educativos en el total nacional (21.45).

Los estados con grado de marginación medio y su índice respectivo son: Nayarit (37.28), Zacatecas (36.89), Guanajuato (35.97), Durango (35.80), Tlaxcala (31.48), Sinaloa (29.13), Querétaro (29.04), Morelos (28.87) y Quintana Roo (25.76). En conjunto, en ellas habita el 16.5 por ciento de la población nacional, y la mayor parte de estas entidades se localiza en la zona centro y norte del país. Contribuyen al PIB total nacional con el 14.06 por ciento, y 13.73 por ciento al PIB de servicios educativos del país.

En el grado de marginación bajo está Chihuahua (23.59), Estado de México (22.86), Baja California Sur (20.14), Sonora (19.67), Tamaulipas (19.28), Colima (18.06), Jalisco (17.08) y Aguascalientes (17.24). Asimismo, en el año 2010 las entidades aportaron al PIB total nacional el 27.64 por ciento, mientras que el 28.65 al PIB de servicios educativos nacional. En este grupo habita el 30.6 por ciento de la población total de México. La mitad de las entidades se localiza en la zona norte, tres en la región occidente y una en el centro del país.

Por último, cuatro estados integran el grupo de marginación muy bajo, a saber, Coahuila, Baja California, Nuevo León y Distrito Federal, cuyos índices son 10.35, 10.35, 5.16 y 3.04 respectivamente. Salvo el Distrito Federal, las demás entidades se ubican en la zona norte del país. En conjunto, en ellas habita el 17.3 por ciento de la población total. Como es de esperarse, los estados menos marginados del país son los que contribuyen en forma más significativa al PIB total nacional (31.90 por ciento). No

obstante, en cuanto a su aportación al PIB de servicios educativos nacional no es el grupo o región con el mayor porcentaje (28.50 por ciento), ya que son ligeramente superados por la aportación del grupo de estados cuyo grado de marginación es bajo (28.60 por ciento).

3. La población ocupada total en la educación, por género y por rango salarial

En el año 2005, la población ocupada con nivel de instrucción medio superior y superior ascendió a 10,064,850 habitantes en México, y para el año 2010 era de 13,036,526. Entonces, ¿qué porcentaje de esta población se emplea en el sector educativo?, ¿es cierto que una gran parte del personal ocupado son trabajadores de la educación?; de los más de diez millones de habitantes con nivel de estudios medio superior y superior en 2005, el 12 por ciento se empleó en la educación, y seis años después fue el 11 por ciento.

Cabe mencionar que durante el periodo analizado del año 2005 al 2010, en la mayoría de los estados el porcentaje de los trabajadores de la educación en relación a la población ocupada disminuyó en uno o dos por ciento. Sin embargo, en sólo dos estados (Hidalgo y Tamaulipas) hubo un incremento del personal ocupado en la educación.

En términos del personal ocupado en el sector educativo para la región 1 (muy alta marginación) en los estados de Guerrero y Oaxaca el personal femenino impera con más del 52 por ciento en ambos años, mientras que en Chiapas el personal masculino refleja un incremento en su participación del 52 al 54 por ciento en relación al personal femenino (Gráfico 8. Personal ocupado total por género en el sector educativo de la región 1, 2005 y 2010.). En relación a la variable de trabajadores de la educación con

más de 5 salarios mínimos se hace notar que tanto en 2005 como en 2010 el género masculino predomina sobre el femenino en los tres estados Gráfico 9. Personal ocupado total por género y con más de 5 salarios mínimos en el sector), situación contraria cuando se analiza la percepción con más de 3 y hasta 5 salarios mínimos siendo las mujeres quienes ocupan más del 50 por ciento del sector educativo Gráfico 10. Personal ocupado total por género y con más de 3 y hasta 5 salarios mínimos en el sector

En los estados que comprenden la región 2 (grado de marginación alto) el porcentaje de personal ocupado del género femenino en los servicios educativos es mayor tanto en el año 2005 como en 2010, excepto en el estado de Campeche en 2005 como se observa en el Gráfico 11. Personal ocupado total por género en el sector educativo de la región 2, 2005 y 2010.. Durante el periodo de estudio, las entidades que incrementaron la participación de las mujeres en dicho sector fueron Campeche (de 45 a 54 por ciento), Hidalgo (de 59 a 63 por ciento), San Luis Potosí (de 56 a 58 por ciento), Veracruz (de 61 a 69 por ciento) y Yucatán (de 63 a 67 por ciento). Las proporciones se mantuvieron sin cambio en Puebla. Únicamente en Michoacán y Tabasco se redujo el porcentaje de la población ocupada del género femenino (de 61 a 59 por ciento y de 59 a 57 por ciento, respectivamente).

En relación al porcentaje de trabajadores de la educación con más de 5 salarios mínimos durante el periodo de estudio, el personal de género masculino es mayor que el femenino únicamente en Campeche y Michoacán (Gráfico 12. Personal ocupado total por género y con más de 5 salarios mínimos en el sector). Los estados que tuvieron cambios significativos de 2005 a 2010 en el porcentaje de trabajadores del sector educativo son: Campeche al pasar del 41 al 47 por ciento de la población de género femenino, Puebla cuya población femenina presentó un cambio porcentual positivo de 9

puntos (50-59), San Luis Potosí cuya proporción del género femenino pasó de 47 a 42 por ciento, Tabasco de 54 a 50 por ciento, así como Veracruz (58-68) y Yucatán (57-53). Mientras tanto, en cuanto a la proporción de trabajadores que perciben entre 3 y hasta 5 salarios mínimos, la población del género femenino es mayor que la del masculino en todas las entidades, excepto en Campeche al inicio del periodo de estudio (Gráfico 13. Personal ocupado total por género y con más de 3 y hasta 5 salarios mínimos en el). Asimismo, la proporción femenina en Puebla cayó del 65 al 56 por ciento de 2005 a 2010, para ubicarse en el rango salarial más alto como se menciona anteriormente. Por último, en algunos estados se tuvieron incrementos considerables como en Hidalgo con 7 puntos porcentuales, en Campeche de 11 puntos, San Luis Potosí con 8 puntos y Yucatán con 10 puntos porcentuales.

El panorama del sector educativo difiere cuando se analiza la región cinco comprendida por Baja California, Coahuila, Nuevo León y Distrito Federal, estados con muy baja marginación. En el transcurso de los seis años, las mujeres incrementaron su participación en 2 y hasta 5 puntos porcentuales en todos los estados excepto en Baja California que registró una caída del 5 por ciento Gráfico 14. Personal ocupado total por género en el sector educativo de la región 5, 2005 y 2010. En la variable del porcentaje de los trabajadores de la educación con más de 5 salarios mínimos durante el período de estudio el personal masculino se incrementó considerablemente desde 6 hasta 13 puntos porcentuales, excepto en Nuevo León que hubo un descenso del 1 por ciento Gráfico 15. Personal ocupado total por género y con más de 5 salarios mínimos en el sector). Mientras que, al observar la proporción de trabajadores con un rango salarial con más de 3 y hasta 5 salarios mínimos el personal femenino manifestó incrementos desde un 3 hasta 13 por ciento, con excepción de Baja California que

disminuyó en un punto porcentual como se ilustra en el Gráfico 16. Personal ocupado total por género y con más de 3 y hasta 5 salarios mínimos en el.

Por lo anterior, se puede afirmar que en las regiones 1 y 5 independientemente del grado de marginación el personal femenino con estudios medio superior y superior tiene menor participación cuando la remuneración es más de 5 salarios mínimos, y el personal masculino registra menor proporción cuando el salario fluctúa en más de 3 y hasta 5 salarios mínimos.

Entre las diferencias existentes en dichas regiones se tiene que en la región 1 conformada por los estados con muy alto grado de marginación la proporción de los trabajadores de la educación en relación al personal ocupado estatal fluctúa entre el 16 y 18 por ciento; mientras que la región 5 comprendida por entidades con muy bajo grado de marginación dicha proporción representa desde el 8 hasta el 14 por ciento; otra diferencia entre ambas regiones es la participación de las mujeres en el sector educativo, en la región 5 llegan a representar hasta un 67 por ciento mientras que en la región 1 tan sólo alcanzan el 57 por ciento. En ambos casos las mujeres predominan en el sector educativo, sin embargo sólo en la región 5 consiguen colocarse con porcentajes de hasta 67 por ciento en la remuneración de más de 5 salarios mínimos, situación que no ocurre en la región 1.

En la región 5 el personal femenino ocupado en el sector educativo representa porcentajes desde 58 hasta 67, y desde 62 hasta 65 por ciento para el 2005 y 2010, respectivamente. Mientras que en la región 1, para 2005 los porcentajes fluctúan desde 52 hasta 58, y para 2010 representan desde 53 hasta 57 por ciento, con excepción de

Chiapas donde el personal masculino refleja una participación de 52 por ciento para 2005 y el 54 por ciento para 2010.

A pesar de la participación mayoritaria de las mujeres en el sector educativo en ambas regiones, su comportamiento se invierte cuando se aborda la variable del personal ocupado con más de 5 salarios mínimos siendo el personal masculino quien participa con los mayores porcentajes, excepto en la región 5 y en el año 2005 que las mujeres conservan un porcentaje alto. Y si se analiza dicho comportamiento desde la variable del personal ocupado con más de 3 y hasta 5 salarios mínimos entonces la participación del personal femenino es mayor que el masculino en las dos regiones para el periodo de estudio.

4. Análisis comparativo entre regiones

En este apartado se realiza un estudio comparativo entre las 5 regiones según su grado de marginación en cuanto a la diferencia de medias entre la población ocupada total con nivel medio superior y superior, por género y por rango salarial, y el coeficiente de correlación entre estas variables y el Producto Interno Bruto, en el periodo 2005 a 2010 en México. Los resultados se muestran para todas las regiones en la Tabla 15.

Participación porcentual de la región 1 (por estado) en el PIB Estatal.

En primer lugar, se realiza un análisis de las regiones 1 (menos marginada) y 5 (más marginada) que son los casos extremos del nivel de marginación. Para este caso se plantea la hipótesis nula donde la diferencia de medias de la población ocupada total entre la región 1 y 5 es cero. En contraste, la hipótesis alterna es que la diferencia de medias no es igual a cero. En este caso, el valor es de 115,517 trabajadores de la

educación, por tanto, se rechaza la hipótesis nula al 95 por ciento de confianza. En promedio, se observa una mayor población ocupada de este sector en la región 1 que en la 5.

Comparando la población ocupada en la educación por género en la región 1 y 5, se observa que la diferencia de medias entre estas regiones es mayor para el género femenino que el masculino. Se rechaza la hipótesis nula de que la diferencia de medias es cero en ambos casos. La población ocupada en la educación con un rango salarial de 5 y más salarios mínimos difiere entre la región 1 y 5, siendo la 1 la que emplea a un mayor nivel de población. La hipótesis nula es que la diferencia de medias es igual a cero, en este caso se procede a rechazarla al 95 por ciento de confianza. En la región 1 existe una mayor población ocupada tanto del género masculino como del femenino, en relación con la región 5. Cuando se comparan las diferencias de medias por género según un rango de 5 y más salarios mínimos entre estas dos regiones, observamos que existe una mayor diferencia de medias en el rubro del género femenino, lo cual indica una presencia de desigualdad por género y región.

Según el rango de 3 a 5 salarios mínimos se observa una mayor población ocupada en la educación en la región 1 que en la 5. Sin embargo, la población ocupada masculina es mayor en la región 5 que en la 1, de ahí que su diferencia de medias es negativa. Lo cual no sucede para el caso del género femenino. Cuando se comparan dichas regiones la diferencia de medias es mayor para el género femenino que el masculino.

Se observa una mayor población ocupada en la región 1 que en la 5 tanto en el rango de 2 a 3 salarios mínimos como en el de 1 a 2. Sin embargo, la diferencia de medias es mayor para el primer rango salarial.

En segundo lugar, se consideran las regiones cuya diferencia de medias es positiva en la cantidad de población ocupada del sector educativo, y estas son: 1 y 3, 2 y 3, 2 y 5, 4 y 5. En otras palabras, en cada uno de los pares de regiones, la primera tiene una mayor población media ocupada en relación con la segunda. En cuanto a la diferencia de medias por género así como por rango salarial, en todos los casos la mayor diferencia es para el género femenino, a un nivel de confianza del 95 por ciento.

En tercer lugar, en las regiones 1 y 2, 1 y 4, y 3 y 4 se observa un patrón negativo en la diferencia de medias de todas las variables de estudio, lo cual significa que las regiones 2 y 4 concentran mayor cantidad de trabajadores en la educación que la región 1 y 3, respectivamente. Cabe mencionar que la variable de población ocupada en el sector educativo desglosada por género refleja una mayor diferencia de medias en el caso femenino; mientras que si dicha variable se desagrega por rango salarial este comportamiento sólo se mantiene en el rango de 3 a 5 salarios mínimos (excepto al comparar las regiones 3 y 4) y lo contrario ocurre en el rango de 5 y más salarios mínimos donde el género masculino registra diferencias mayores para todas las regiones. Por otro lado, se tienen las regiones que no registran un patrón definido, tal es el caso de las regiones 2 y 4, y 3 y 5 donde se tiene un comportamiento positivo en las diferencias de medias en la mayoría de las variables de estudio, excepto en la variable población ocupada con un rango de 3 a 5 salarios mínimos donde en ambos casos el género masculino se concentra más en las regiones 4 y 5.

Así también se realiza un análisis de correlación¹³⁸ entre la variable población ocupada y el Producto Interno Bruto (PIB). La tabla 7 resume las correlaciones estimadas para cada una de las variables que se construyeron con respecto al PIB, de acuerdo a las diferentes regiones. En particular, conviene analizar los coeficientes de correlación entre las regiones 1 y 5, debido a que son los casos extremos del nivel de marginación, siendo la región 1 la menos marginada y la 5 la más marginada. Para la región 5, el coeficiente de correlación entre el total de los trabajadores de la educación y el PIB indica que estas dos variables están fuertemente asociadas; no así para la región 1. En tanto, en la región 5 la población ocupada del género femenino y masculino está muy asociada con el PIB, sin embargo sucede lo contrario para la región 1.

La población ocupada cuyo rango salarial es de 5 y más salarios mínimos, tanto para el género masculino como femenino, está asociada en forma negativa con el PIB en la región con mayor índice de marginación, debido a que en dicha región no es muy elevado tanto el nivel de la población ocupada en la educación que perciba 5 y más salarios mínimos como el valor del PIB. Sin embargo, conforme el rango salarial va disminuyendo, el coeficiente de correlación se torna positivo. A diferencia de la región 1, donde el coeficiente de correlación es positivo cuando se aborda el rango salarial de 5 y más salarios mínimos, y es negativo en los menores rangos salariales, tanto para la población femenina como masculina. En este sentido, se observa que en la región cuyo índice de marginación es menor, la mayor cantidad de población ocupada se concentra en los altos rangos salariales, de ahí que su coeficiente de correlación con el PIB sea positivo.

¹³⁸De acuerdo a Wooldridge (2009), el coeficiente de correlación es una medida natural de la asociación entre las variables aleatorias, es decir, mide la dependencia lineal entre dos variables.

5. Comentarios finales

La educación representa una de las fuentes de crecimiento de la economía, debido a los retornos positivos que genera a los individuos, las familias y a la sociedad. En el caso de México, la producción por servicios educativos representa el 4.78 por ciento del PIB total nacional en 2010. No obstante, durante el periodo de estudio se observa que en la mayoría de las regiones del país se ha incrementado la participación de la educación en el PIB total nacional.

En cuanto a la producción manufacturera, los estadísticos muestran que la región 1 tiene una muy baja participación en el valor total de dicha producción, a diferencia de la región 5 que es altamente industrializada y que contribuye en gran medida al valor de la producción total del país. Las regiones que más aportan al PIB total nacional así como al PIB de servicios educativos nacional son las integradas por aquellos estados con menor grado de marginación.

Por otra parte, según la hipótesis de Carnoy, el sector educativo constituye un empleador de la población ocupada con estudios profesionales; dicho comportamiento se observa en gran parte de los estados del país. No obstante, es más representativo en las entidades que comprenden las regiones de muy alta y alta marginación, como son Guerrero, Chiapas, Oaxaca, Michoacán, Puebla, Veracruz e Hidalgo.

En términos de los trabajadores de la educación a nivel nacional, la participación mayor es del personal femenino durante el período de estudio. Al abordar el tema por entidades las más marginadas son las que registran porcentajes más altos de personal ocupado femenino en comparación con los estados menos marginados. Cabe precisar que tanto

en la región 1 como en la 5 la población del género femenino es mayor que la del masculino en dicho sector, esto ocurre bajo el rango de más de 3 y hasta 5 salarios mínimos. No obstante, cuando se analiza el rubro de ingreso de más de 5 salarios mínimos en la región 5, es el personal masculino quien tiene los mayores porcentajes.

Entre las diferencias existentes en dichas regiones se tiene que en la región 1 conformada por los estados con muy alto grado de marginación la proporción de los trabajadores de la educación en relación al personal ocupado estatal fluctúa entre el 16 y 18 por ciento; mientras que la región 5 comprendida por entidades con muy bajo grado de marginación dicha proporción representa desde el 8 hasta el 14 por ciento; otra diferencia entre ambas regiones es la participación de las mujeres en el sector educativo, en la región 5 llegan a representar hasta un 67 por ciento mientras que en la región 1 tan sólo alcanzan el 57 por ciento. Ante esto, cabe la pregunta ¿qué factores influyen para que el personal femenino no tenga predominio en el rango salarial más alto?

Cuando se comparan las diferencias de medias por género según un rango de 5 y más salarios mínimos entre estas dos regiones, observamos que existe una mayor diferencia de medias en el rubro del género femenino, lo cual no ocurre cuando se calcula la diferencia de medias por género para el rango de 3 a 5 salarios mínimos donde la diferencia es negativa para el personal masculino. Lo anterior nos confirma la presencia de desigualdad por género y región.

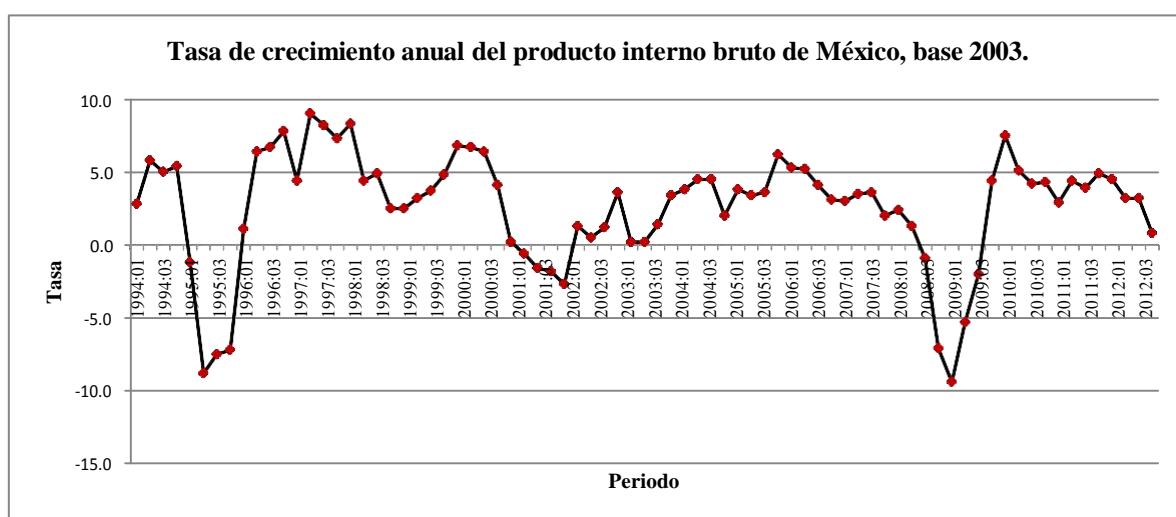
En términos de asociación lineal entre las variables de estudio, para la región 5, el coeficiente entre el total de los trabajadores de la educación y el PIB indica que están fuertemente asociadas; no así para la región 1. En tanto, en la región 5 la población

ocupada del género femenino y masculino está muy asociada con el PIB, sin embargo sucede lo contrario para la región 1.

La población ocupada cuyo rango salarial es de 5 y más salarios mínimos, tanto para el género masculino como femenino, están asociados en forma negativa con el PIB en la región con mayor índice de marginación. Sin embargo, conforme el rango salarial va disminuyendo, el coeficiente de correlación se torna positivo.

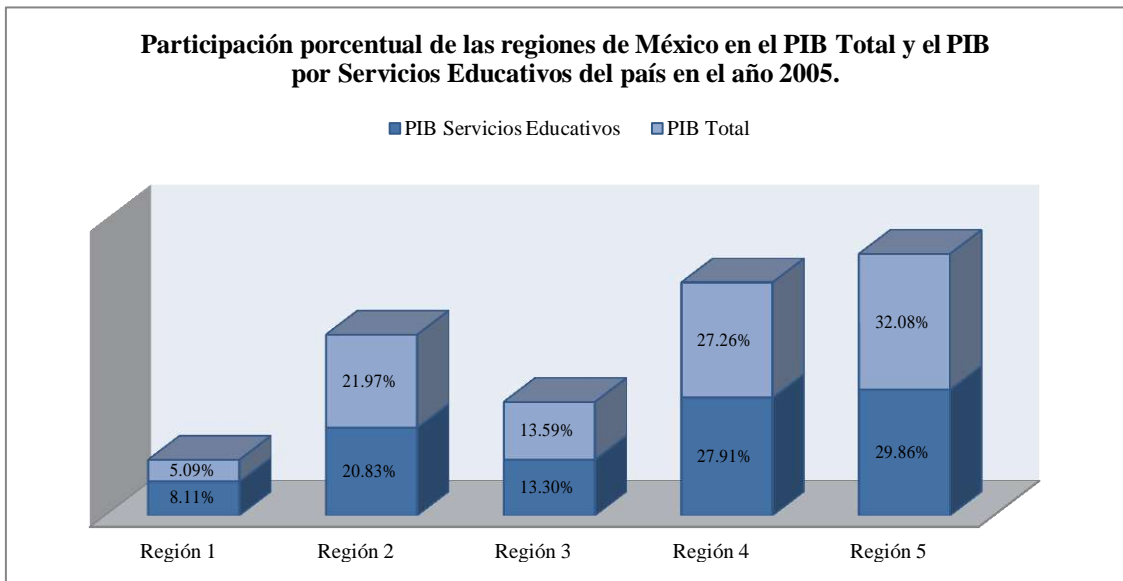
Dichos resultados nos han permitido conocer la dinámica poblacional del sector educativo en México en el periodo de 2005 a 2010, por entidad federativa y por región, así como indagar dicho comportamiento por género y por rango salarial, encontrando una dinámica disímil en cada una de las entidades y según sea la región de estudio, haciéndose notar una desigual participación del personal ocupado femenino en el rango salarial más alto.

Anexo 1. Gráficos.



Gráfica 23 . Tasas de crecimiento anual del PIB en México para el periodo de 1994 a 2013 a precios del año 2003.

Fuente: Elaboración propia con base en las Estadísticas del Banco de México.



Gráfica 24. Participación porcentual de las regiones de México en el PIB Total y el PIB por Servicios educativos del país, en el año 2005.

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Cuentas Nacionales de México, INEGI.

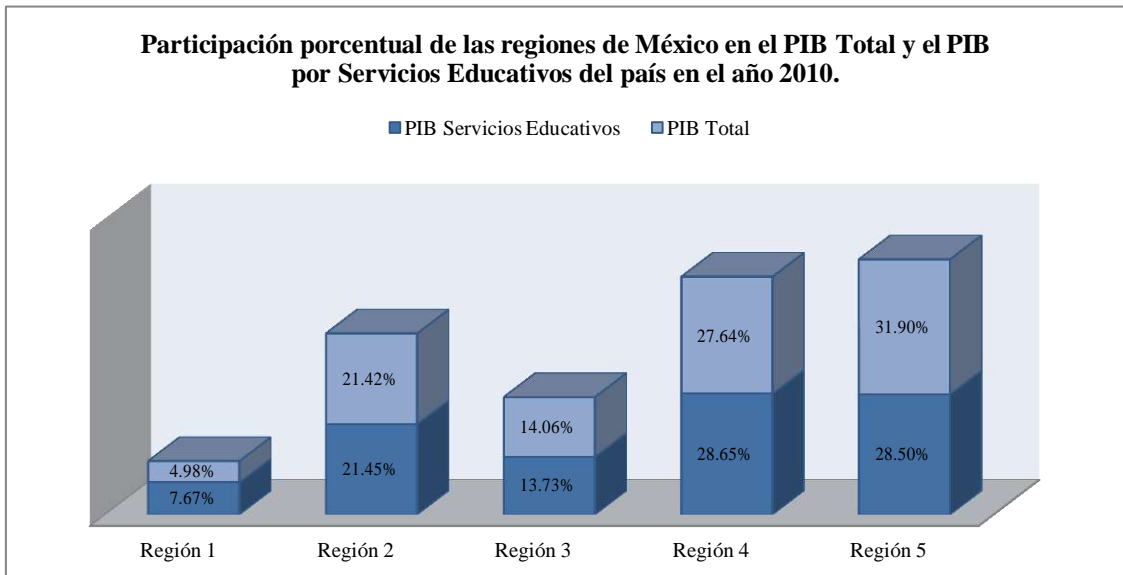


Gráfico 7. Participación porcentual de las regiones de México en el PIB Total y el PIB por Servicios Educativos del país, en el año 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Cuentas Nacionales de México, INEGI.

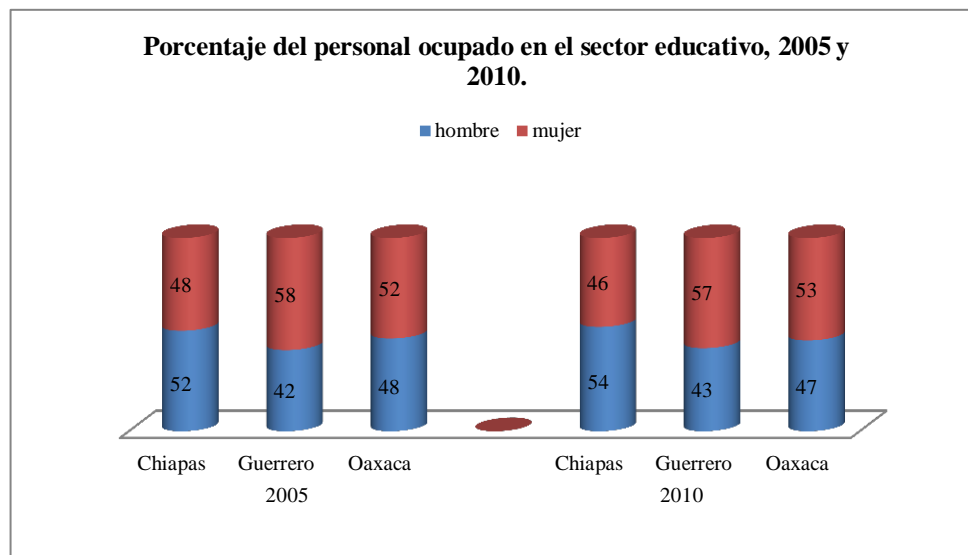


Gráfico 8. Personal ocupado total por género en el sector educativo de la región 1, 2005 y 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), INEGI.

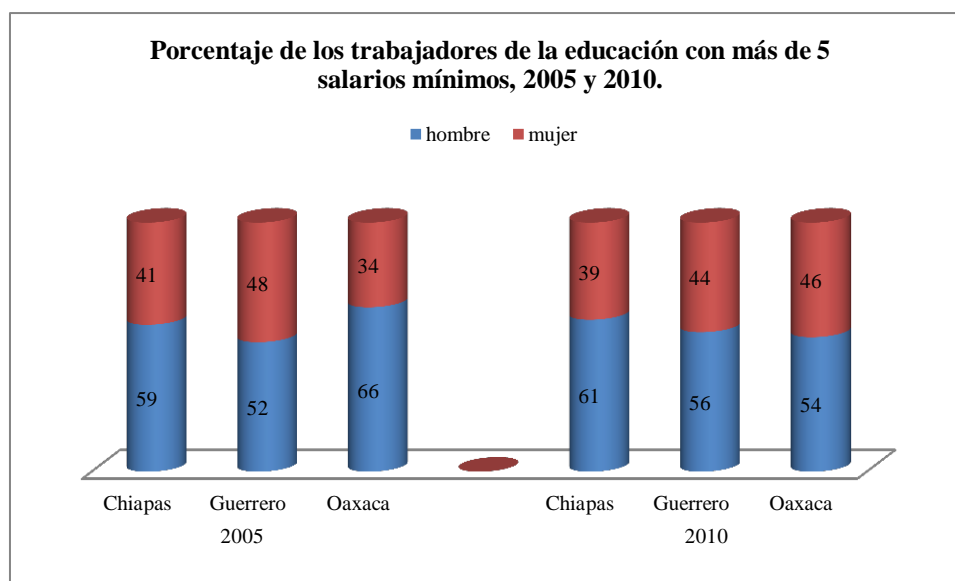


Gráfico 9. Personal ocupado total por género y con más de 5 salarios mínimos en el sector educativo de la región 1, 2005 y 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), INEGI.

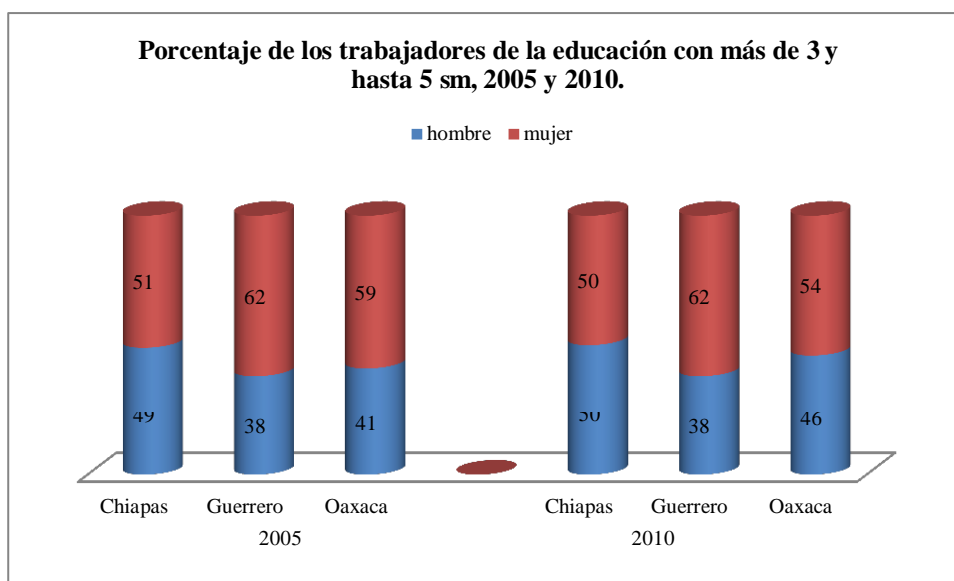


Gráfico 10. Personal ocupado total por género y con más de 3 y hasta 5 salarios mínimos en el sector educativo de la región 1, 2005 y 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), INEGI.

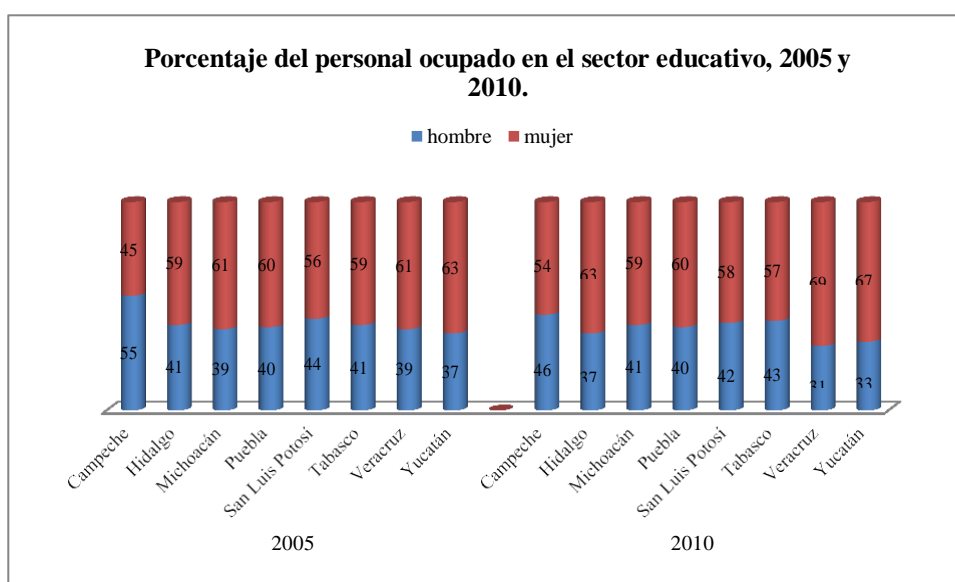


Gráfico 11. Personal ocupado total por género en el sector educativo de la región 2, 2005 y 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), INEGI.

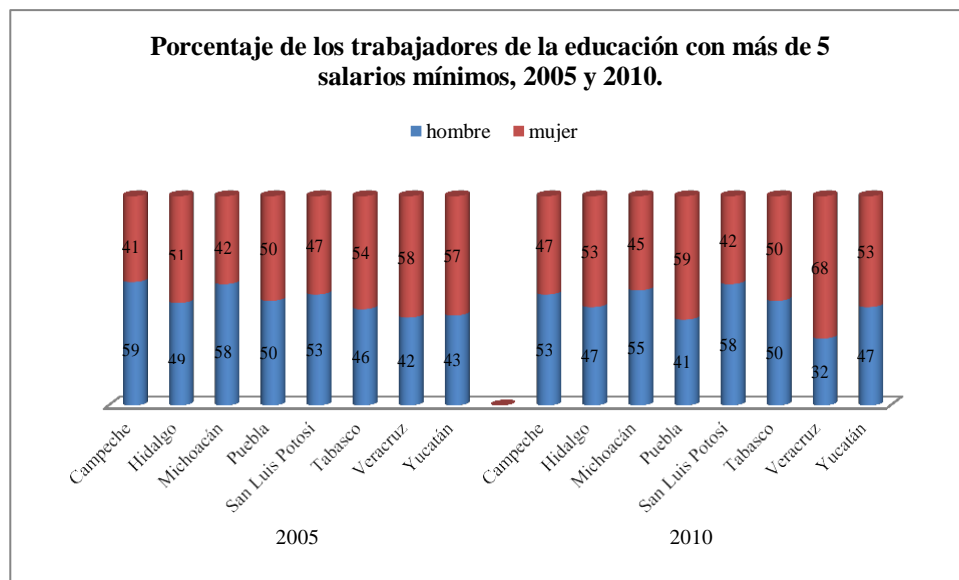


Gráfico 12. Personal ocupado total por género y con más de 5 salarios mínimos en el sector educativo de la región 2, 2005 y 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), INEGI.

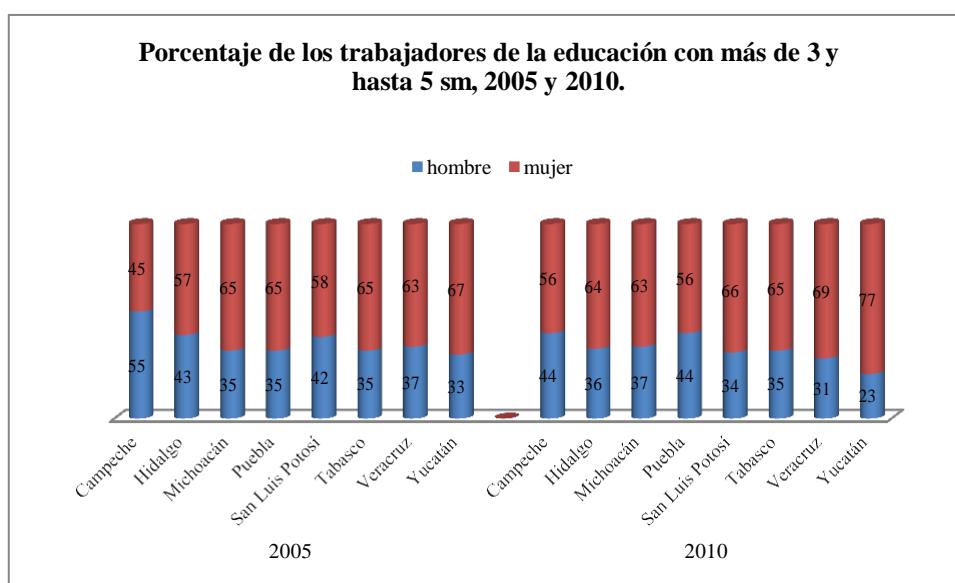


Gráfico 13. Personal ocupado total por género y con más de 3 y hasta 5 salarios mínimos en el sector educativo de la región 2, 2005 y 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), INEGI.

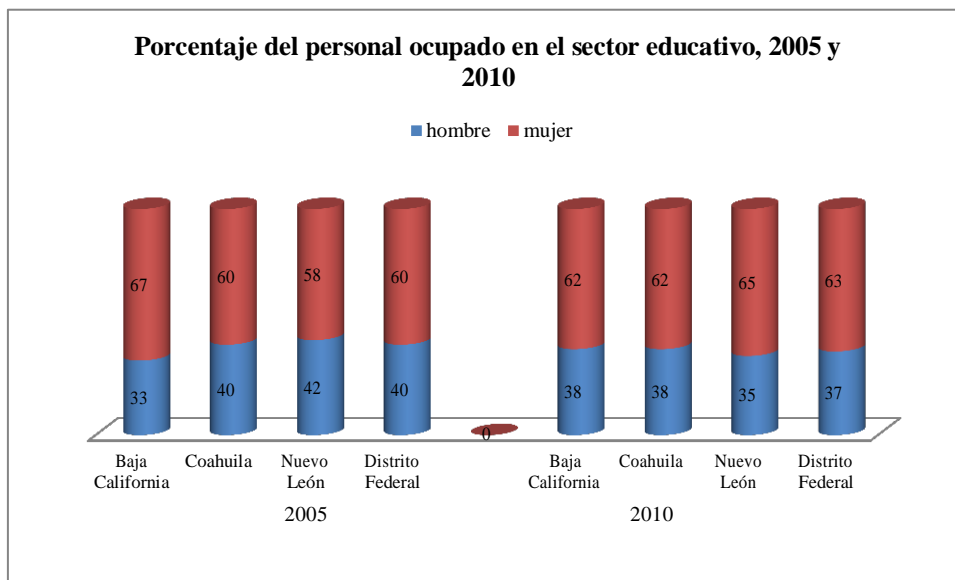


Gráfico 14. Personal ocupado total por género en el sector educativo de la región 5, 2005 y 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), INEGI.

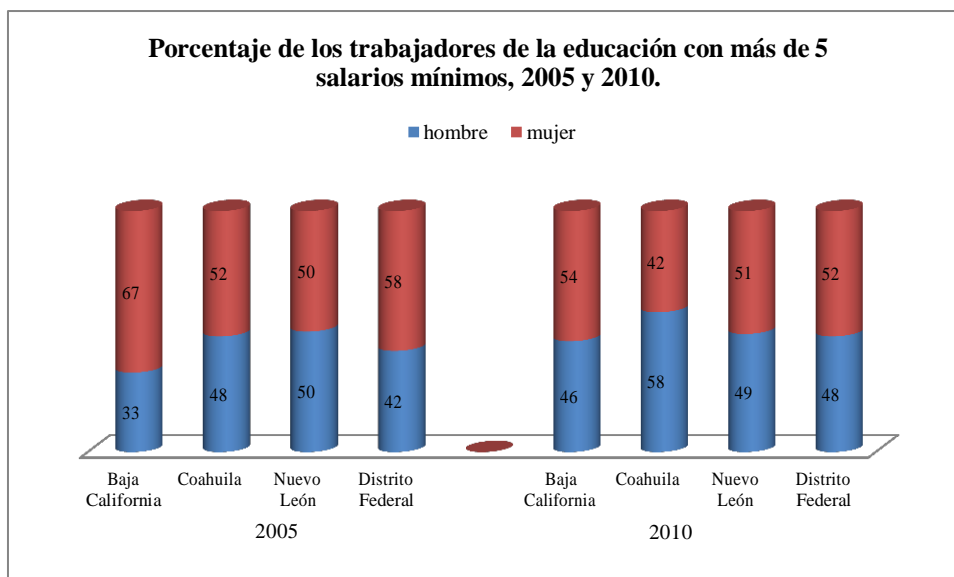


Gráfico 15. Personal ocupado total por género y con más de 5 salarios mínimos en el sector educativo de la región 5, 2005 y 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), INEGI.

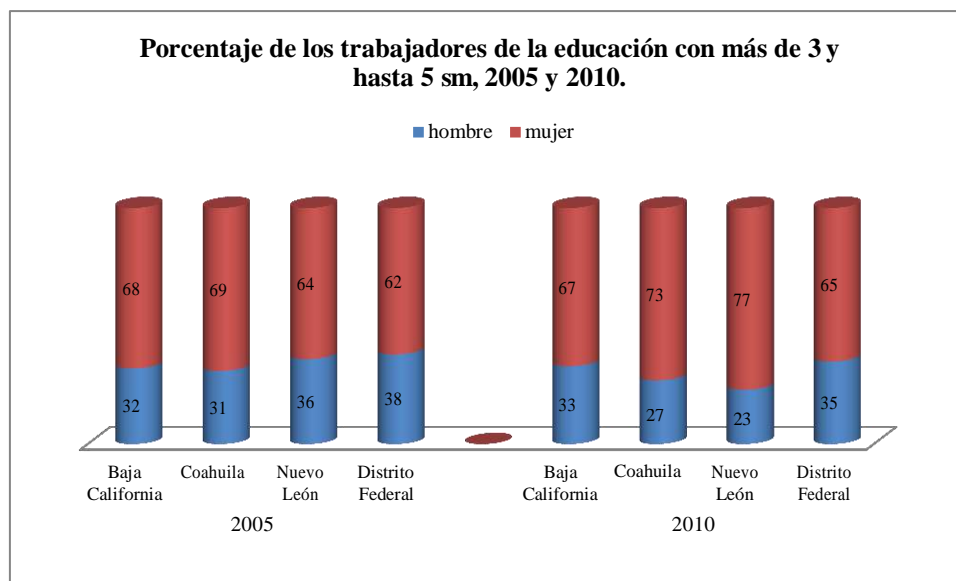


Gráfico 16. Personal ocupado total por género y con más de 3 y hasta 5 salarios mínimos en el sector educativo de la región 5, 2005 y 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), INEGI.

Anexo 2. Tablas.

Estado	PIB	PIB Servicios
	Manufactura	Educativos
Chiapas	7.39	7.68
Guerrero	5.92	6.68
Oaxaca	12.66	7.69

Tabla 15. Participación porcentual de la región 1 (por estado) en el PIB Estatal del sector manufacturero y de los servicios educativos, en el año 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Cuentas Nacionales de México, INEGI.

Estado	PIB	
	Manufactura	Servicios Educativos
Campeche	0.85	1.05
Hidalgo	27.86	6.19
Michoacán	12.30	6.91
Puebla	29.35	5.88
San Luis Potosí	25.10	5.25
Tabasco	4.12	2.91
Veracruz	14.80	5.82
Yucatán	14.02	5.24

Tabla 16. Participación porcentual de la región 2 (por estado) en el PIB Estatal del sector manufacturero y de los servicios educativos, en el año 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Cuentas Nacionales de México, INEGI.

Estado	PIB	
	Manufactura	Servicios Educativos
Durango	20.42	4.91
Guanajuato	31.96	3.75

Morelos	25.44	6.03
Nayarit	5.51	6.20
Querétaro	25.45	4.48
Quintana Roo	2.19	3.08
Sinaloa	8.01	5.22
Tlaxcala	26.51	6.28
Zacatecas	14.13	6.60

Tabla 17. Participación porcentual de la región 3 (por estado) en el PIB Estatal del sector manufacturero y de los servicios educativos, en el año 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Cuentas Nacionales de México, INEGI.

Estado	PIB Manufactura	PIB Servicios Educativos
Aguascalientes	33.51	4.66
Baja California Sur	2.78	3.93
Colima	9.16	4.92
Chihuahua	24.37	4.70
Jalisco	21.95	4.53
Estado de México	27.13	6.03
Sonora	19.99	4.47
Tamaulipas	15.12	3.55

Tabla 18. Participación porcentual de la región 4 (por estado) en el PIB Estatal del sector manufacturero y de los servicios educativos, en el año 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Cuentas Nacionales de México, INEGI.

Estado	PIB Manufactura	PIB Servicios Educativos
Baja California	22.22	4.56
Coahuila	35.14	3.57
Distrito Federal	9.89	4.58
Nuevo León	24.50	3.75

Tabla 19. Participación porcentual de la región 5 (por estado) en el PIB Estatal del sector manufacturero y de los servicios educativos, en el año 2010.

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Cuentas Nacionales de México, INEGI.

Clave de la entidad federativa	Entidad federativa	Población total	Índice de marginación	Grado de marginación	Índice escalado a 0 a 100	Lugar que ocupa en el contexto

						naciona 1
	Nacional	112 336 538				
12	Guerrero	3 388 768	2.53246	Muy alto	88.72	1
07	Chiapas	4 796 580	2.31767	Muy alto	84.14	2
20	Oaxaca	3 801 962	2.14624	Muy alto	80.48	3
30	Veracruz de Ignacio de la Llave	7 643 194	1.07546	Alto	57.63	4
21	Puebla	5 779 829	0.71224	Alto	49.88	5
13	Hidalgo	2 665 018	0.66143	Alto	48.79	6
24	San Luis Potosí	2 585 518	0.56416	Alto	46.72	7
16	Michoacán de	4 351	0.52584	Alto	45.90	8

	Ocampo	037				
27	Tabasco	2 238 603	0.47240	Alto	44.76	9
04	Campeche	822 441	0.43357	Alto	43.93	10
31	Yucatán	1 955 577	0.42295	Alto	43.70	11
18	Nayarit	1 084 979	0.12183	Medio	37.28	12
32	Zacatecas	1 490 668	0.10373	Medio	36.89	13
11	Guanajuato	5 486 372	0.06075	Medio	35.97	14
10	Durango	1 632 934	0.05248	Medio	35.80	15
29	Tlaxcala	1 169 936	-0.14984	Medio	31.48	16
25	Sinaloa	2 767 761	-0.26018	Medio	29.13	17
22	Querétaro	1 827 937	-0.26398	Medio	29.04	18

17	Morelos	1 777 227	-0.27213	Medio	28.87	19
23	Quintana Roo	1 325 578	-0.41774	Medio	25.76	20
08	Chihuahua	3 406 465	-0.51977	Bajo	23.59	21
15	México	15 175 862	-0.55372	Bajo	22.86	22
03	Baja California Sur	637 026	-0.68129	Bajo	20.14	23
26	Sonora	2 662 480	-0.70347	Bajo	19.67	24
28	Tamaulipas	3 268 554	-0.72144	Bajo	19.28	25
06	Colima	650 555	-0.77858	Bajo	18.06	26
14	Jalisco	7 350 682	-0.82456	Bajo	17.08	27
01	Aguascalientes	1 184 996	-0.91086	Bajo	15.24	28
05	Coahuila de Zaragoza	2 748 391	-1.14000	Muy bajo	10.35	29

02	Baja California	3 155 070	-1.14015	Muy bajo	10.35	30
19	Nuevo León	4 653 458	-1.38323	Muy bajo	5.16	31
09	Distrito Federal	8 851 080	-1.48228	Muy bajo	3.04	32

Tabla 20. Población total, índice y grado de marginación, escala 0 a 100 y lugar

que ocupa en el contexto nacional por entidad federativa, 2010. Orden

marginación.

Fuente: Estimaciones del CONAPO con base en INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010.

Región	poe d	poe dh	poe dm	po5 ys	po5 ys	po5y sm	po3a 5s	po3a 5sh	po3a5 sm	po2a 3s	po1a 2s	pib	
1	Pi b	0.03 97	- 0.05 82	0.08 44	0.08 94	0.17 98	0.01	- 0.60 59	- 0.807 5	- 0.217 4	- 0.10 02	0.25 25	1.00 00
2	Pi b	0.35 95	0.44 38	0.32 55	- 0.34 8	- 0.30 6	- 0.38 48	0.31 41	0.153 5	0.376 0	- 0.26 85	0.61 19	1.00 00
3	Pi b	0.79 04	0.69 63	0.80 25	- 0.43	- 0.35	- 0.51	0.51 64	0.357 7	0.571 4	0.64 96	0.19 36	1.00 00

					8	7	18						
								-	-	-			
4	Pi	0.26	0.00	0.37	0.03		0.26				0.53	0.00	1.00
	b	44	34	22	33	0.15	65	0.09	0.119	0.079	70	58	00
						7		28	1	3			
5	Pi	0.77	0.72	0.77		-		0.79	0.762	0.786	0.32	0.69	1.00
	b	90	01	15	0.40	0.42	0.32	03	5	1	51	96	00
					6	7	97						

Tabla 7. Matriz de correlaciones

Fuente: Elaboración propia.

		1 y 5	1 y 2	1 y 3	1 y 4	2 y 3	2 y 4	2 y 5	3 y 4	3 y 5	4 y 5
poed	Mean	115516.5	- 108987.8	55739.8	- 72155.2	164727.7	36832.7	224504.3	- 127895.0	59776.7	187671.7
	std.	9387.7	11860.3	9132.7	11361.2	11122.5	13014.7	11332.8	10588.7	8436.5	10809.5
	Err.										
poedh	Mean	29331.2	-43830.8	15437.33	- 31370.3	59268.1	12460.5	73162	-46807.6	13893.8	60701.5
	std.	4657.9	3624.1	3423.4	4115.6	2881.6	3677.4	4275.5	3479.7	4106.8	4699.5
	Err.										
poedm	mean	86185.3	-65157.2	40302.3	- 40784.5	105459.5	24372.6	151342.5	-81086.8	45883	126969.8
	std.	5672.8	8977.8	6393.5	7988.8	8532.7	9785.3	8006.9	7485.1	4938.3	6879.8

	Err.										
	mean	48132.8	-17445.3	22902	-8945.8	40347.3	8499.5	65578.1	-31847.8	25230.8	57078.7
po5ys	std.										
	Err.	4736.0	5581.3	4491.2	4817.0	4393.7	4726.2	4643.6	3370.1	3253.2	3689.9
	mean	17589.3	-10361.2	5960	-6470.1	16321.1	3891.0	27950.5	-12430.1	11629.3	24059.5
po5ysh	std.										
	Err.	2126.9	2741.6	1949.6	2304.2	2534.1	2816.1	2672.9	2053.0	1851.7	2222.1
	mean	30543.5	-7084.3	16942	-2475.6	24026.3	4608.6	37627.8	-19417.6	13601.5	33019.2
po5ysm	std.										
	Err.	3138.4	3360.3	3025.5	3171.2	1972.9	2190.0	2142.1	1630.4	1565.5	1831.5
po3a5s	mean	16211.5	-51978.8	8322	-	60300.8	-3093.0	68190.3	-63393.8	7889.5	71283.3
					55071.8						

	std.	5409.8	5814.9	3968.6	6747.7	6336.6	8362.7	7325.9	7202.2	5967.0	8086.2
	Err.										
	mean	-3384.8	-19546.5	500.8	-	20047.3	-3878.8	16161.7	-23926.2	-3885.7	20040.5
					23425.3						
po3a5sh											
	std.	2838.9	2259.5	1789.1	2391.1	2276.2	2774.4	3168.6	2406.9	2852.3	3263.7
	Err.										
	mean	19596.7	-32432.3	7821	-	40253.3	785.8	52029	-39467.5	11775.7	51243.2
					31646.5						
po3a5sm											
	std.	2875.2	3994.1	2610.8	4633.1	4340.2	5786.8	4504.2	4934.6	3339.4	5079.5
	Err.										
	mean	16514.3	-45139.8	11371.8	-4903.2	56511.7	40236.7	61654.2	-16275.0	5142.5	21417.5
po2a3s											
	std.	2363.8	28848.4	2171.8	2310.6	28837.5	28848.3	28852.6	2170.2	2226.8	2362.3

	Err.										
	mean	8715.8	-8131.3	6738.2	-8018.8	14869.5	112.5	16847.2	-14757.0	1977.7	16734.7
po1a2s	std.										
	Err.	2977.4	3140.2	2865.2	3242.5	1819.5	2369.6	1991.6	1990.9	1521.6	2149.3

Tabla 8. Cuadro resumen de las diferencias de medias y los errores estándar entre las diversas regiones.

Fuente: Elaboración propia con base a resultados arrojados por el Software Stata 11.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aghion y Howitt (1992). A Model of Growth through Creative Destruction. *Econometrica*, 60:2, 322-52.
- Becker, Gary (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Chicago, The University of Chicago Press, 1993.
- _____, (1971). *The Economics of Discrimination*, Chicago, segunda edición, University of Chicago Press.
- Blau, Francine, Marianne Ferber y Anne Winkler (1998). *The Economics of Women, Men and Work*, Upper saddle River. Prentice-Hall, 3a edición.
- Blinder, Alan (1973). Wage Discrimination: Reduced Form and Structural Estimates. *The Journal of Human Resources* 8, pp. 436-455.
- Carnoy, Martin (2006). *Economía de la Educación*, Editorial UOC, Barcelona. Capítulo I. La economía de la educación en una economía global Pp. 19-60.
- Grossman, Gene y Elhanan Helpman (1991). *Innovation and Growth in the Global Economy*. Cambridge, The MIT Press.
- Jones, Charles (1995). *R&D-based models of economic growth*, *Journal of Political Economy*, Vol. 103(4), pp. 759-784.
- Kremer, Michael (1993). Population growth and technological change: one million B.C. to 1990, *Quarterly Journal of Economics*, 108(8), pp. 681-716.
- Lucas, Robert (1988). On the mechanics of economic development, *Journal of Monetary Economics*, 22(1), pp. 3-42.
- Mankiw, G., Romer, D. y Weil D. (1992). *Contribution to the empirics of economic growth*, *Quarterly Journal of Economics*, No. 107, pp. 407-437.

Mendoza, Jorge; y García, Karina (2009). Discriminación salarial por género en México, “*Problemas del Desarrollo*” Revista Latinoamericana de Economía, vol. 40, núm. 156.

Oaxaca, Ronald (1973). Male-Female Wage Differentials in Urban Labor Markets. *International Economic Review* 14, pp. 693–709.

Romer, Paul (1990). Endogenous Technological Change, *Journal of Political Economy* 98, S71-S102.

Schultz, Theodore (1963). *Economic Value of Education*, Columbia University Press.

Schumpeter, Joseph (1967). *Teoría del desenvolvimiento económico*, Fondo de Cultura Económica, Cuarta Edición.

Solow, Robert (1956). *A contribution to the theory of economic growth*, *Quarterly Journal of Economics*, No. 70, pp. 65-94.

_____, (1994). *Perspectives on growth theory*, *Journal of Economics Perspectives*, Vol. 8(1), winter, pp. 45-54.

Wooldridge, Jeffrey (2010). *Introductory Econometrics. A Modern Approach*, International Student Edition (ISE). South-Western CENGAGE Learning.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Banco de Información Económica (BIE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del INEGI.

Estadísticas del Banco de México (BANXICO).

Estadísticas del Consejo Nacional de Población (CONAPO).

Sistema de Cuentas Nacionales de México del INEGI.

Capítulo III

Geopolítica del Comercio

Exterior

Geopolítica y reconfiguración territorial

Migración y Remesas: Un Análisis Nacional y su Impacto en el Crecimiento y Desarrollo Económico del Estado de Hidalgo

Homero Carrizo Nieto

Alumno de la Licenciatura en Comercio Exterior de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen

México se ubicó en el tercer sitio en 2010 como receptor de remesas, sólo por debajo de China que ocupa el segundo lugar y de la India, que se mantiene a la cabeza según datos del Banco Mundial. Sin embargo, éste ingreso no ha tenido el impacto esperado en el crecimiento y desarrollo económicos puesto que son utilizadas en su gran mayoría para la adquisición de bienes de consumo. En 2013, con estadísticas de Banxico el estado de Hidalgo se ubicó en la décimo primera posición como receptor de éstas, sumando un total de \$186 millones de dólares, siendo el 25% de la población dependiente de éste ingreso. En los últimos años el ingreso ha disminuido considerablemente por la crisis en Estados Unidos.

Palabras clave: Migración, remesas, desarrollo regional.

Abstract

Mexico was ranked in third place in 2010 as remittances recipient, only behind China in the second place, and India which remains at the top according to the World Bank. However, this income has not had the expected impact on economic growth and development since they are mostly used for the purchase of consumer goods. In 2013, statistics from Banxico

of Hidalgo State were at the eleventh position of these remittances, totaling \$ 186 million, and being 25% of the population dependent on this income. In recent years the revenue has considerably decreased by the crisis in the United States.

Keywords: Migration, remittances, regional development.

Introducción

Hace apenas dos décadas la migración representaba un porcentaje muy bajo entre las opciones con las que contaban las familias mexicanas para subsistir, es decir, que muy pocas eran las familias que tenían algún pariente radicando en el extranjero para solventar los gastos del hogar.

A partir de la caída de las barreras al comercio, la firma de tratados de libre comercio entre Estados, se dio origen a un fenómeno lleno de controversias hasta nuestros días, la globalización, a la par de ésta se fueron gestando otros, como el antes mencionado, el de la migración, la cual representa hoy por hoy una de las fuentes más redituables para México en cuanto a ingresos económicos se refiere.

Los migrantes invierten sus ahorros tanto en México como en Estados Unidos. Habría que preguntarse ¿por qué hay tantos migrantes mexicanos exitosos en Estados Unidos?, donde han podido conformar talleres, fábricas, empresas, compañías y los mismos migrantes o sus familiares no pueden hacer lo mismo en México, en sus comunidades de origen. Obviamente existe una gran diferencia en cuanto a infraestructura, tecnología, economía y geografía, entre otros aspectos, pero es necesario trabajar sobre el impacto que tienen las remesas a nivel local, regional y nacional. Hay zonas que han recibido remesas durante

muchos años, sin embargo éstas se siguen empleando en cubrir necesidades básicas y no son capaces de generar progreso, mucho menos crecimiento y desarrollo económicos.

A continuación se hace un recuento de las estadísticas más importantes tanto de migración como de las remesas a nivel nacional, posteriormente se analiza el caso del estado de Hidalgo y finalmente Jesús Arroyo y Salvador Beruen (2001) presentan una propuesta de desarrollo, la creación de una Fundación para el Desarrollo Regional Integral que sería financiada por organismos para el desarrollo nacionales e internacionales, grandes empresas, gobiernos de los dos países, en especial los gobiernos locales de ambos lados de la frontera directamente involucrados en el fenómeno migratorio, así como con ahorros de migrantes y depósitos de remesas.

Objetivo

Analizar mediante las distintas estadísticas sobre migración y remesas el impacto que ha tenido el uso de éste ingreso en el crecimiento y desarrollo económico a nivel nacional, posteriormente en el estado de Hidalgo y finalmente, formular una propuesta para incentivar su inversión de manera productiva.

¿Cuál es la Problemática en Hidalgo?

Mota, Dinorath (2014) menciona que en Hidalgo, la caída sostenida de las remesas provenientes de Estados Unidos ha colapsado la economía de poblaciones. Como consecuencia, en estas regiones aumenta el desempleo, la delincuencia y las carencias alimentarias, de salud y educación. Si bien durante los últimos meses de 2013 el desplome

de las remesas se comenzó a revertir a nivel nacional, en Hidalgo éste no se ha detenido. De acuerdo con cifras del Banco de México, en 2011 la entidad recibió 762 millones de dólares; un año más tarde, 721 millones, y en 2013, sólo 674 millones de dólares. Casi 90 millones de dólares menos en tres años.

Los migrantes, indígenas en su mayoría, invirtieron parte de su primer ingreso en la construcción de viviendas, anteriormente las chozas eran construidas de lámina y de maguey. La mayor parte de las divisas, como sucede en todo el país, fueron utilizadas para financiar el consumo.

En la región también abundaron negocios de venta de materiales de construcción, casas de cambio, así como restaurantes. El flujo de remesas también impactó en las arraigadas tradiciones de la región, como son las festividades patronales y las fiestas de XV años, bodas y cumpleaños que eran celebrados con gran derroche de recursos; mientras, en las calles y plazas los jóvenes con ropa de marca daban vueltas por parques y jardines a bordo de grandes camionetas y lujosos automóviles. "Tocaban el claxon todos los fines de semana", dicen los lugareños. Las remesas también dieron paso a algunos pasatiempos inéditos, por años, el hipódromo instalado en la comunidad de La Florida, en el municipio de Ixmiquilpan, fue objeto del deseo de los pobladores. Ahí proliferaban grandes apuestas y carreras de caballos pura sangre.

Hoy en día, con la crisis, hasta las fiestas de los santos patronos de los pueblos se han quedado sin castillos y espectaculares juegos pirotécnicos.

El secretario de Asuntos Internacionales y Migratorios de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), Edmundo Ramírez Martínez, señala que en regiones

como la Sierra Gorda de Hidalgo la caída de remesas de los últimos años ha sido hasta de 16%, lo que ha traído fuertes impactos económicos y sociales, pues en esta región para 50% de los hogares los únicos ingresos son los de la migración, y en casi 90% de los casos éstos se destinan al consumo¹³⁹.

La región del Valle del Mezquital y la Sierra Gorda en el estado de Hidalgo depende del ingreso de las remesas y, aunado a la baja que ha tenido éste ingreso en los últimos años representa una problemática social, la cual apunta a la siguiente cuestión: ¿Qué propuestas son viables para incentivar la inversión de remesas en proyectos de crecimiento y desarrollo rural, para reducir la dependencia que se tiene por éste ingreso?

Antecedentes de la migración en México

Massey, Durand y Malone (2009) mencionan que *“la antigüedad de la frontera se remonta hasta 1848 con la firma del Tratado de Guadalupe Hidalgo entre México y Estados Unidos”*. Por otro lado, los confines entre ambos países se han definido poco a poco tras pasar un largo proceso de construcción social. Se comenta que el problema de la frontera inicia con la institución de la Patrulla Fronteriza, que al principio sólo fue un cuerpo armado simbólico cuya tarea era proteger las dos fronteras del país con cuatrocientos cincuenta oficiales.

Massey et al (2009) hacen un recuento histórico que permite entender cuál fue la situación interna de México y de Estados Unidos a lo largo de cinco periodos, en razón de las diversas reorganizaciones de las fuerzas sociales y políticas a partir de 1900:

¹³⁹ Red Política: Economía colapsa en Hidalgo por falta de remesas.

1. La era del enganche (hasta 1929), cuando con la difusión de los ferrocarriles aumentó la posibilidad de desplazamiento; esto fue utilizado por los enganchadores para timar mediante promesas de gloriosas ganancias a los trabajadores mexicanos y llevarlos al otro lado de la frontera, quienes a menudo acababan siendo explotados en los campos del sur de Estados Unidos, enganchados a la necesidad de pagar la deuda a quienes les habían prestado el dinero para el viaje.

2. Desde la crisis de 1929 hasta 1941, se habla de la era de las deportaciones, periodo en el cual un clima de alta tensión privilegió la atención sobre los migrantes, muchos de los cuales fueron deportados para dar una impresión de seguridad a los nativos.

3. La entrada a la segunda guerra mundial significó para Estados Unidos un periodo de fuerte crecimiento económico, que dejó muchas lagunas en los trabajos considerados socialmente como más bajos; fue el contexto en el que se imaginó un programa para importar trabajadores temporales (el Programa Bracero). En este periodo, los autores afirman que Estados Unidos quiso quedar bien con Dios y con el diablo porque, por un lado, con el programa admitían a mexicanos para trabajar en el campo y cubrir las demandas de los cultivadores, mientras que por el otro, empezó una militarización de la frontera que tenía más bien el objetivo de calmar los ánimos de los votantes preocupados y no, como se presumía entonces, el ánimo de retener concretamente a los inmigrantes. Las cosas empezaron a cambiar con el fin del macartismo y el comienzo de la lucha en contra de la discriminación de los negros en la sociedad estadounidense con la aprobación de la Ley de los Derechos Civiles en 1964 durante el gobierno de Johnson.

4. En 1965 empieza la era de la inmigración indocumentada, durante la cual los inmigrantes siguen cubriendo la demanda laboral existente, mientras que los empleadores explotan la posibilidad de una mano de obra a bajo costo y sin derechos civiles. Al mismo tiempo, la promoción entre la opinión pública de las repatriaciones forzadas a través de la frontera logran tranquilizar a la población preocupada. Este periodo empieza con la aprobación de un nuevo sistema de otorgamiento de visas que establecía un orden de prioridades según la procedencia de los migrantes, es decir, un sistema de preferencias. Las restricciones aumentan en 1968 y en 1986, cuando se llega a una reducción drástica del número de mexicanos admisibles.

5. El periodo que empieza en 1986 es llamado —la gran escisiónl por la aprobación de la Ley de Reforma y Control de la Inmigración (Immigration Reform and Control Act, irca). Es el momento en que todo el mecanismo de la gran maquinaria se derrumba debido a los golpes de una ley desastrosa tanto para los migrantes como para la misma población que exigía el fin de la inmigración pues, contrariamente a lo que se suponía, la ley logró que los flujos aumentaran y, con ellos, aumentaron también los costos tanto físicos como financieros para los inmigrantes.

Migración y remesas en México

El Pew Hispanic Center (2010) menciona que en 2008 el número de personas de origen mexicano que residía en Estados Unidos ascendía a 30.7 millones, de los cuáles 11.8 eran nacidos en México y el resto en aquel país¹⁴⁰.

¹⁴⁰ Pew Hispanic Center: Hispanos de Origen Mexicano En los Estados Unidos, 2008.

BBVA Bancomer (2011) en su estudio “*Anuario de migración y remesas 2011, México*” muestra cifras de la migración y las remesas, que por sus características podrían resultar no muy alentadoras.

Origen de los migrantes

Las personas nacidas en México que residen en Estados Unidos son relativamente jóvenes, su edad promedio es de 35 años. Recientemente, la mayor parte de la migración se ha observado en jóvenes de entre 20 y 29 años de edad, según datos de la Encuesta sobre Migración en la Frontera Norte de México (EMIF). Los flujos migratorios de las mujeres se han incrementado, aunque la mayor proporción continúan siendo hombres, sin embargo, las mujeres han mantenido una participación relativamente estable durante las últimas dos décadas. En 2008, cerca de la mitad del total de la población nacida en México que reside en Estados Unidos es de sexo femenino.

Las consecuencias más notables del fenómeno migratorio son las económicas, ya que generan al menos dos aspectos positivos: un mayor poder adquisitivo a los familiares del migrante y se aligeran las presiones del mercado laboral local.

México está entre los principales países receptores de remesas a nivel mundial, ubicándose en el tercer sitio en 2010 al recibir 22 mil millones de dólares, sólo por debajo de China, que está ubicada en el segundo lugar con 51.3 mil millones y de la India, que se mantiene a la cabeza con 53.1 mil millones de dólares según datos del Banco Mundial.

El flujo agregado de remesas captado por los hogares mexicanos entre 2007 y 2010 fue de 93 mil 658 millones de dólares. Las cinco entidades federativas que captaron el mayor flujo de remesas fueron Michoacán con 9 mil 123.5 millones de dólares, Guanajuato con 8 mil

601.20 millones de dólares, el Estado de México con 7 mil 616.90 millones de dólares, Jalisco con 7 mil 420.30 millones de dólares y Veracruz con 5 mil 886 millones de dólares.

El grupo que más se ha visto beneficiado por las remesas es la clase media-baja, que representa el 42% de los hogares receptores, mientras que los hogares pobres que las reciben constituyen un 38%, según datos de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).

Otro efecto importante de la migración es la pérdida de la Población Económicamente Activa (PEA), dado que los estudios demuestran que los estados con mayor emigración verán reducida su población en edad de trabajar en un 46% y la pérdida de población en edad productiva impide que las comunidades desarrollen una economía autosuficiente, sobre todo aquellas cuya tradición migratoria las ha vuelto dependientes de las remesas.

Sector del que provienen los migrantes

Los migrantes provienen tanto del sector rural como del urbano en cantidades similares, pero en relación a la población en cada sector, el primero participó en menor medida en 2008, cuando un año antes era mayor el número de migrantes procedentes de este medio. Lo que sugiere que la crisis económica reciente tuvo mayores efectos desincentivando más a la población rural que en lo urbano.

En el ámbito laboral, también se han movido de sector, que anteriormente predominaba el agrícola. A inicios de la década de 1990, el 12% laboraba en el sector primario, éste porcentaje se redujo en 2007 a sólo 4%, mientras que las participaciones en los sectores secundario y terciario aumentaron de 36% y 52% a 41% y 55% en el mismo periodo respectivamente.

Factores de Atracción de la migración mexicana a Estados Unidos

Las principales causas que motivan a los mexicanos a cruzar la frontera con Estados Unidos son principalmente para buscar trabajo. Según cifras del EMIF, 415 mil mexicanos cruzaron la frontera norte en 1995, de ellos 13% lo hizo para trabajar, y 60% para buscar trabajo. En 2008, 963 mil mexicanos se trasladaron a Estados Unidos, de los cuales 26% lo hizo para trabajar y 49% para buscar empleo. Es decir, las motivaciones de movilidad son principalmente económicas y se mantenían en proporciones comparables en los años mencionados.

Diversificación laboral, geográfica, y ascenso social de los migrantes en Estados Unidos

La región definida como Sudoeste, está integrada por Arizona, California, Nuevo México y Texas, la cual ha concentrado el mayor número de mexicanos, pero ha disminuido su participación en las últimas décadas en comparación con otras regiones. En 1970, concentraba la mayor parte de la población de mexicanos con un 85%, porcentaje que disminuyó en 2005 alcanzando sólo el 66%, mientras que la región Costa Este, que incluye a Florida, Georgia, Delaware, Distrito de Colombia, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Connecticut, Virginia, Pennsylvania, Maryland, Rhode Island, Nueva York y Nueva Jersey, aumentó su participación de un 3% a un 12% en el mismo periodo.

A su vez, la región de los Grandes Lagos concentra el 9% de migrantes mexicanos, la región de Sudoeste Expansión 6%, la de las Grandes Planicies 5%, y otras regiones sólo el 3%. Así estaban distribuidos los migrantes mexicanos en 2008, y se puede observar que predominan en las costas y zonas fronterizas.

Importancia económica de la población mexicana a Estados Unidos

Los migrantes mexicanos que radican en Estados Unidos representan alrededor de un 11% de la población mexicana y equivalen a una cuarta parte de la Población Económicamente Activa (PEA). Por una parte representa la pérdida de capital humano, pero por otra tiene gran relevancia en los flujos de remesas.

Los ingresos por remesas en México han mostrado una notable expansión en la presente década, los avances tecnológicos en el sector financiero han facilitado y aplicado los canales disponibles para el envío de éste ingreso, entre 2007 y 2009 comenzaron a reducirse, llegando en 2009 a un decremento anual de 15.7% en dólares. Sin embargo, las remesas ocupan el segundo puesto en fuentes de divisas más importante para México después de los ingresos del petróleo. Representan cerca del 3% del Producto Interno Bruto (PIB) y 50% de las exportaciones petroleras. 135% de la inversión extranjera directa y 189% de los ingresos de viajeros internacionales.

Tras la crisis económica mundial iniciada en diciembre de 2007, las remesas disminuyeron su importancia económica en algunos estados. En 2006 representaban más del 10% del PIB estatal en Michoacán, Zacatecas, Oaxaca, Guerrero e Hidalgo. Hasta 2008, seguían teniendo una gran importancia en los ingresos de algunos estados como Michoacán, Oaxaca, Guerrero, Zacatecas y Nayarit, donde representaron el 6% del PIB.

Las remesas, son también una fuente de ingresos muy importante para quienes las reciben, representando el medio rural la mayor recepción de este ingreso. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) de 2008, las remesas representaron el 27% del ingreso corriente total de los hogares que las recibieron, para

hogares rurales la proporción aumenta a 29.8%. La crisis económica ocasionó que México recibiera un flujo menor de remesas, con lo cual redujeron su importancia en el ingreso de los hogares que las reciben. En 2006, significaban el 37% del ingreso de los hogares receptores y en el medio rural la proporción era más importante, del 40%.

Migración y remesas en Hidalgo

La migración hidalguense hacia los Estados Unidos es un fenómeno relativamente nuevo, en comparación con otras entidades como Michoacán, Guanajuato, el Estado de México, el Distrito Federal y Jalisco, los cuales siguen permaneciendo dentro de los primeros sitios respectivamente en cuanto al número de migrantes que radican en Estados Unidos. Casi el 90 % de los migrantes hidalguenses tienen como destino final llegar al país vecino, después de 1994 por la crisis presentada durante el mandato del Presidente Carlos Salinas De Gortari fue el suceso que dio paso a la migración hidalguense con mayor escala hacia el país vecino del norte.

Pizarro (2010) menciona que *—hace dos décadas Hidalgo apenas figuraba en las estadísticas de mexicanos en el extranjero; hoy 25% de las familias del estado dependen de las remesas—*. Apunta también que entre 35 y 51 por ciento de los hogares de las localidades del Valle del Mezquital, entre ellas Zimapán, Tasquillo e Ixmiquilpan, dependen de las remesas. Entre los municipios de alta intensidad migratoria destacan La Misión, Jacala, Cardonal, Atotonilco El Grande, Chapulhuacán, Santiago de Anaya, Alfajayucan, Chilcuautla, El Arenal, Huasca, Epazoyucan y Eloxochitlán.

El aumento de este fenómeno, Según Pizarro (2010), se debe a que 63% de los habitantes del estado viven en pobreza extrema e Hidalgo se encuentra entre los primeros lugares de

desocupación, debido, entre otras causas, al cierre de la planta de Bombardier Transportation en Ciudad Sahagún, en marzo, y al declive de la industria extractiva, que en 2005 dejó sin trabajo a más de 2 mil mineros.

Según las estadísticas de Banxico, Hidalgo se ubicó en el décimo primer puesto a nivel nacional en el año de 2013 como receptor de remesas provenientes casi en su totalidad de Estados Unidos, sumando un total de \$186 millones de dólares. El envío de recursos económicos a familias hidalguenses aumento 6.1%, es decir, 10 millones de dólares en el tercer trimestre de 2013 respecto al mismo periodo de 2012. La participación de Hidalgo en el país alcanza el 3.3%.

El Independiente (2014) en su artículo *—Perdió Hidalgo 46.88 millones de dólares en remesas durante 2013—* sobre un estudio realizado por Banxico, muestra que desde la crisis económica de Estados Unidos en 2008 el ingreso de remesas a México ha ido disminuyendo año con año, por lo que no ha recuperado el nivel desde 2007, cuando llegaron a un máximo histórico de mil 92 millones de dólares, lo que nos da una idea clara de la dependencia que se tiene sobre las remesas (ver Tabla 1).

Tabla 21. Ingreso de remesas a México (2007-2013)

AÑO	MONTO (MDD)
2007	1,092.21
2008	960.95
2009	752.05
2010	715.49

2011	762.64
2012	721.47
2013	674.68

Fuente: BBVA Research con cifras de INEGI y BANXICO

En Hidalgo, la caída corresponde a 6.4%, las cifras disponibles dan cuenta que en 2012 ingresaron a la entidad 721.5 millones de dólares, mientras que en todo 2013 sumaron 674.7 millones. En dicho periodo dejaron de ingresar 46.8 millones de dólares a la entidad¹⁴¹.

Uso de las remesas

La Encuesta sobre Migración en la Frontera Norte de México(2004) menciona que se tienen al menos cinco destinos en el uso de las remesas¹⁴²:

- 1) La satisfacción de necesidades básicas (alimentación, vestido y algunos servicios) y otros tipos de gasto familiar, como educación y salud;
 - 2) Gasto en vivienda, es decir, compra, mejora, ampliación o construcción;
 - 3) Pago de deudas, no siempre productivas, así como pago de obligaciones rituales y compromisos;
 - 4) Mejoría comunitaria, es decir, servicios de salud, pavimentación de calles, iglesia, etc.;
- y;

¹⁴¹ El Independiente: Perdió Hidalgo 46.88 millones de dólares en remesas durante 2013.

¹⁴² Instituto de Mexicanos en el Exterior (IME) -Remesas en Mexicanas en el exterior. 2004.

5) Una proporción menos significativa de los recursos es dedicada a la inversión productiva. Refuerzo de empresas o actividades productivas, principalmente agrícolas y en menor medida comercio y manufactura.

Información proporcionada por la EMIF (2004) apoya la hipótesis de que la inmensa mayoría de los recursos que envían los migrantes desde Estados Unidos se destina al sustento del hogar, cubriendo o completando los gastos requeridos para la satisfacción de las necesidades básicas (alimentación, vestido, salud, educación, transporte) así como a la compra de algunos bienes de consumo duradero. La segunda prioridad es la vivienda, y a ello se destina también una parte relevante de los envíos, con la finalidad de mejorarla y adecuar los servicios básicos como electricidad, agua y drenaje. Finalmente, una proporción mínima de las familias emplean estos recursos en el ahorro o en inversiones productivas.

Dificultades de los migrantes para regresar a invertir en México

Existen diversos factores por los cuáles a los migrantes les resulta difícil invertir en nuestro país, Arroyo, Jesús y Berumen, Salvador (2001) mencionan los siguientes:

1. Los recursos monetarios disponibles de los migrantes de retorno para impulsar proyectos productivos son sumamente escasos, están dispersos en pequeñas comunidades rurales y repartidas entre un gran número de familias.
2. Aunque algunos migrantes que actualmente residen en Estados Unidos quisieran invertir productivamente en sus comunidades de origen, es difícil que cambien su residencia a México; también es poco probable que encuentren en su comunidad personas en quienes

depositar su confianza y que a la vez tengan la capacitación empresarial necesaria para hacerse cargo de iniciativas de inversión productiva.

3. Existen pocas oportunidades de inversión productiva en muchas de las pequeñas comunidades rurales de origen de migrantes, escasez que se agudiza por la constante expulsión de población y por la exportación del escaso ahorro generado localmente y del proveniente de remesas hacia centros urbanos metropolitanos o ciudades medias aledañas de las que provienen los bienes y servicios que consumen (Arroyo y Berumen, 2000).

4. Carencia de iniciativa por parte de los migrantes y ex migrantes y desconocimiento de las oportunidades regionales y locales de inversión, específicamente en las comunidades de alta migración. La visión de los migrantes coincide con la creencia, casi generalizada de que no existen oportunidades de inversión en las localidades pequeñas y con la tendencia a concentrar las inversiones en los centros urbanos.

5. Falta de confianza de los migrantes que residen en Estados Unidos en la estabilidad macroeconómica, así como en el desempeño del gobierno y sus instituciones y en la efectividad y eficacia de las políticas públicas de apoyo a la pequeña y mediana empresa.

6. Son pocos los migrantes que logran adquirir habilidades empresariales y en su mayoría tienden a establecerse en Estados Unidos por las razones que ya mencionadas.

7. Gran parte de los migrantes que regresan a sus pequeñas comunidades de origen tienen poco potencial empresarial; algunos de ellos cuentan con disposición y disciplina para el trabajo y habilidades en el desempeño de un oficio, pero no las pueden aprovechar porque el sistema de trabajo en el que se desarrollaron en Estados Unidoses diferente al de

México; no existen las herramientas necesarias ni programas de capacitación, financiamiento e inducción para el inicio de una actividad empresarial.

8. Las pocas inversiones realizadas por los ex migrantes son de baja rentabilidad, no incorporan tecnología, enfrentan dificultades de comercialización, limitaciones de crédito e incluso, paradójicamente, de mano de obra, cuya escasez y alto costo obedecen a que los trabajadores establecen como referente el mercado laboral estadounidense.

En términos generales, se confirma lo encontrado por otros estudios: que el uso directamente productivo de las remesas es muy limitado y en su mayor parte se destinan a satisfacer necesidades básicas de consumo y para la compra, ampliación o remodelación de la vivienda. En todo caso, cabe destacar el potencial humano que poseen los migrantes y ex migrantes, quienes durante su incursión en Estados Unidos, además de recursos económicos, adquirieron habilidades personales, como el dominio de algún oficio, mayor responsabilidad y disposición para el trabajo, entre otras. El gran reto para los políticos, gobiernos e investigadores interesados en el tema será diseñar estrategias para encauzar productivamente estas habilidades y contribuir al desarrollo económico y social de las regiones con potencial de crecimiento.

Propuesta de Desarrollo Regional

Según Arroyo, Jesús y Berumen, Salvador (2001) se deben considerar otras fuentes de financiamiento que pueden ser complementarias, además deben de considerarse todos los actores económicos, no sólo los migrantes.

La creación de una Fundación para el Desarrollo Regional Integral que sería financiada por organismos para el desarrollo nacionales e internacionales, grandes

empresas, gobiernos de los dos países, Estados Unidos y México, así como con ahorros de migrantes y depósitos de remesas.

Los autores mencionan que *“la evidencia de nuestros estudios cuantitativos y cualitativos muestra que los ex migrantes y migrantes no confían en las iniciativas y los esquemas gubernamentales para resolver los problemas que genera el proceso migratorio. Por eso sugerimos que la fundación sea no gubernamental, no lucrativa y no asistencialista, para garantizar su continuidad independientemente de los cambios de gobierno y reducir la desconfianza en éste y sus instituciones; además, evitaría que tanto las personas como las regiones dependieran de programas o proyectos específicos de instancias que pertenecen a diferentes niveles de gobierno y rara vez se coordinan. Entre las prioridades de la fundación mencionamos las siguientes: 1) difundir información acerca de regiones del país con oportunidades de desarrollo hacia las cuales podrían canalizarse inversiones, que se convertirían en alternativas para la población que potencialmente pudiera emigrar a Estados Unidos; 2) promover un sistema de financiamiento con costos competitivos internacionalmente dirigido a inversionistas interesados en aprovechar oportunidades en regiones con potencialidad productiva que podrían llegar a atraer población”*.

La rentabilidad económica de los proyectos de inversión sería el criterio fundamental para otorgar financiamiento, y de ésta forma generar encadenamientos productivos locales y regionales.

Para la selección de proyectos se deben tomar en cuenta algunos criterios como: 1) las características de la comunidad objeto del proyecto de inversión; y 2) las características del proyecto de inversión. El primer criterio sugiere que deberán privilegiarse proyectos

destinados a comunidades con potencial de crecimiento económico que puedan atraer población de asentamientos con tasas altas de emigración a Estados Unidos o de comunidades rurales marginadas. El segundo criterio privilegiaría a los proyectos intensivos en mano de obra, los de mayor viabilidad técnica y rentabilidad económica y aquellos que contemplen la fase completa producción-comercialización, especialmente la producción en México y la comercialización en Estados Unidos de algún tipo de producto. Evidentemente, podrían financiarse y aun subsidiarse proyectos de baja rentabilidad económica pero con alto contenido social y efectos notorios en la reducción de la emigración a Estados Unidos, pero este caso sería la excepción.

Resultados y Conclusiones

- Las personas nacidas en México que residen en Estados Unidos son relativamente jóvenes, su edad promedio es de 35 años.
- México está entre los principales países receptores de remesas a nivel mundial, ubicándose en el tercer sitio, sólo por detrás de China que ocupa el segundo e India que ocupa el primero.
- Las cinco entidades federativas que captaron el mayor flujo de remesas entre 2007 y 2010 fueron Michoacán con 9 mil 123.5 millones de dólares, Guanajuato con 8 mil 601.20 millones de dólares, el Estado de México con 7 mil 616.90 millones de dólares, Jalisco con 7 mil 420.30 millones de dólares y Veracruz con 5 mil 886 millones de dólares.
- A inicios de la década de 1990, el 12% laboraba en el sector primario, éste porcentaje se redujo en 2007 a sólo 4%, mientras que las participaciones en los

sectores secundario y terciario aumentaron de 36% y 52% a 41% y 55% en el mismo periodo respectivamente.

- En 2008, 963 mil mexicanos se trasladaron a Estados Unidos, de los cuales 26% lo hizo para trabajar y 49% para buscar empleo.
- Hace dos décadas Hidalgo apenas figuraba en las estadísticas de mexicanos en el extranjero; hoy 25% de las familias del estado dependen de las remesas.
- Entre los municipios de alta intensidad migratoria destacan La Misión, Jacala, Cardonal, Atotonilco El Grande, Chapulhuacán, Santiago de Anaya, Alfajayucan, Chilcuautla, El Arenal, Huasca, Epazoyucan y Eloxochitlán.
- Hidalgo se ubicó en el décimo primer puesto a nivel nacional en el año de 2013 como receptor de remesas provenientes casi en su totalidad de Estados Unidos, sumando un total de \$186 millones de dólares.
- A partir de la crisis de Estados Unidos en 2008, las remesas en Hidalgo disminuyeron un 6.4%, que corresponde a 46.8 millones de dólares.
- El uso de las remesas predomina en necesidades básicas, vivienda, pago de deudas, mejoras comunitarias e inversión productiva.
- Los factores que hacen difícil la inversión de remesas en México son la escases de recursos monetarios, falta de confianza tanto en sus familiares como en el gobierno y las pequeñas instituciones, pocas oportunidades de inversión productiva, desconocimiento de las oportunidades de inversión, no existen programas de capacitación y financiamiento empresarial, y las inversiones realizadas son de baja rentabilidad porque no incorporan maquinaria, enfrentan problemas de crédito y dificultades de comercialización.

- La creación de una Fundación para el Desarrollo Regional Integral donde participen todos los agentes económicos puede representar una oportunidad para el desarrollo regional.

Como se observa, la migración en México sigue siendo uno de los principales problemas sociales, no sólo por el alto grado de inseguridad existente en los confines del país o porque muchos de nuestros paisanos deciden aventurarse tras el anhelado sueño americano, sino que conjuntamente se desprenden otras dificultades, como la dependencia que generan las remesas, ya que en las zonas receptoras de este ingreso no se ha logrado un verdadero desarrollo económico que permita a las familias tener un sustento que satisfaga sus necesidades, así mismo la escasez de mano de obra ha provocado que algunos sectores como el agrícola hayan quedado estancados y que ahora se tenga que importar bienes básicos como el maíz, que anteriormente la producción representaba una de las industrias más redituables para el país.

Por ello, es de vital importancia la participación del gobierno en la creación de propuestas estratégicas que permitan el aprovechamiento adecuado de los ingresos provenientes principalmente de Estados Unidos, involucrando también el sector privado se logrará tener un verdadero crecimiento y desarrollo económico en las zonas receptoras de remesas.

Bibliografía

La Jornada (2010) —*Se multiplica cifra de migrantes en Hidalgo*—. Jueves 23 de diciembre de 2010, p. 34. México. Consultado el 17 de agosto de 2014 en <http://www.jornada.unam.mx/2010/12/23/estados/034n1est>

Massey, Douglas, Durand y Malone (2009) —*Detrás de la trama. Políticas migratorias entre México y Estados Unidos*—. México, Universidad Autónoma de Zacatecas. Editorial Porrúa.

- Genova, Valentina (2012) —*Migración entre México y Estados Unidos: historia, problemáticas, teorías y comparación de interpretaciones Norteamericana*”. Revista Académica del CISAN-UNAM, vol. 7, núm. 1, enero-junio, 2012, pp. 225-227 Centro de Investigaciones sobre América del Norte. Ciudad de México, México. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193724453009.pdf>.
- BBVA BANCOMER (2011) —*Anuario de Migración y Remesas 2011, México*”.
- Pew Hispanic Center (2010) —*Hispanos de Origen Mexicano En los Estados Unidos, 2008*”. 18 de mayo de 2010. Consultado el 17 de agosto de 2014. Disponible en <http://pewhispanic.org/files/factsheets/59espanol.pdf>
- Trejo, Laura E. (2014) —*Perdió Hidalgo 46.88 millones de dólares en remesas durante 2013*”. El Independiente, 5 de febrero de 2014. Consultado el 17 de agosto de 2014 en <http://www.elindependientedehidalgo.com.mx/2014/02/183241>
- Mota, Dinorath (2014) —*Economía colpasa en Hidalgo por falta de remesas*”. Redpolítica.mx, 20 de marzo de 2014. México. Consultado el 15 de agosto de 2014 en <http://www.redpolitica.mx/estados/economia-colpasa-en-hidalgo-por-falta-de-remesas>
- Instituto de Mexicanos en el Exterior (2004) —*Remesas en Mexicanas en el exterior*”, vol. 1, núm. 4, pp. 1-5. México.
- Arroyo, Jesus y Berumen (2001) —*Mexico and the World*”, Vol. 6, No 4. México. Consultado el 17 de agosto de 2014 en <http://www.profmex.org/mexicoandtheworld/volume6/4fall01/jesusberumen.html>

El transporte ferroviario en Hidalgo, una opción de desarrollo industrial y ente logístico de la zona centro del país

Celia Beatriz Chávez Rojo

Estudiante de la licenciatura de Comercio Exterior-UAEH

Adrián González Romo

Profesor Investigador Comercio Exterior- UAEH

Resumen

La logística es parte fundamental para las empresas puesto que requieren eficiencia y eficacia en sus operaciones de comercio sobre todo cuando hablamos de comercio exterior, el Estado de Hidalgo se encuentra en la zona centro del país y tiene una ubicación geográficamente estratégica. Los puertos secos ayudan agilizar el despacho de las mercancías en las aduanas, ya que estas son llevadas en medios de transporte alternas al carretero por ejemplo el ferrocarril. El ferrocarril representa una opción de transporte que proporciona ventajas a la sociedad, al medio ambiente y a los empresarios.

Palabras clave: ferrocarril, puerto seco y desarrollo industrial.

Introducción

El transporte es fundamental en nuestra vida cotidiana, su desarrollo ha marcado una serie de eventos que le han permitido a la humanidad llevar a cabo actividades que dejaron huella, por ejemplo las guerras y revoluciones que redireccionaron el curso de la política y la economía en el orden mundial, también el transporte ha sido de fundamental importancia

en las rutas comerciales desde la antigüedad, como los egipcios que lograron desarrollar vías terrestres que llegaban a Asia a donde llevaban a cabo sus intercambios comerciales y posteriormente fueron los fenicios los que desarrollaron las rutas marítimas debido a que su territorio era menos propicio para el transporte terrestre, estos hechos fueron transformando el mundo en el que hoy vivimos. (Sobrinho, 1984)

Siguiendo la historia podremos decir que el transporte terrestre comenzó con los animales de carga, la invención de la rueda en el neolítico fue el parte aguas para la creación y desarrollo del transporte terrestre comenzando este con las carretas jaladas por animales, posteriormente se inventó la bicicleta, pero fue la revolución industrial la época en donde surge la máquina de vapor y con ella el ferrocarril uno de los más grandes inventos de la historia. (<http://lahistoriadelostransportes.blogspot.mx/2011/01/el-perfeccionamiento-de-los-medios-de.html>)

Los países europeos comenzaron a instaurar el sistema ferroviario y tiempo después también lo adoptaron los países de América, entre ellos México que en este entonces ya se encontraba libre de la corona española y sus anhelos de crecimiento y desarrollo le hicieron volcar sus ojos a los nuevos inventos del viejo continente de los cuales provenían estas máquinas maravillosas.

México se embarcó en un largo periodo de tiempo que constituyó más de un siglo y medio de esfuerzos, de fracasos y de planes por lograr una nación moderna y próspera, la implantación del ferrocarril, fue pasando diversos momentos históricos junto con los múltiples presidentes que gobernaron nuestro país durante esta época, en la cual nace el pionero en transporte motorizado. Surgiendo así mismo el desarrollo tecnológico y social

de México, pues fue el ferrocarril quien acompañó la lucha revolucionaria sirviendo como medio de transporte para las tropas de los rebeldes.

El ferrocarril en nuestro país se ha convertido poco a poco en un medio de transporte con poca utilidad, puesto que los autotransportes le han sustituido y han logrado consolidarse como el principal medio de transporte de mercancías y de personas, ya que es más rápido, llega a más lugares, está disponible a los itinerarios de las empresas, etc. situación que pone en desventaja al ferrocarril. Sin embargo estas desventajas son opuestas con respecto al ferrocarril como transporte alternativo al autotransporte de carga, debido a que este es menos agresivo al medio ambiente, ocupa espacios específicos para transitar, los accidentes son menos frecuentes etc.

Sin embargo la utilización del ferrocarril proporciona múltiples beneficios a diferentes entes como lo son la sociedad, gobierno, empresarios y el medio ambiente, claro está que su auge ya no es el mismo y las condiciones de operación de las vías férreas han sido modificadas y ahora pertenecen a las empresas privadas derivado de una iniciativa de ley que otorgaba concesiones a estas para el uso del sistema ferroviario.

Cabe mencionar que México se encuentra inmerso en una economía abierta al intercambio comercial con otros países y su principal socio es Estados Unidos de América, con el cual realiza la mayor parte de sus operaciones comerciales y tiene un tratado de libre comercio que además incluye a Canadá, este tratado mejor conocido como el TLCAN, ha puesto en marcha algunos planes por parte del gobierno mexicano para aumentar la competitividad de nuestro país y poder participar con mayores beneficios en este tipo de acuerdos internacionales. Además de querer explotar al máximo la ubicación privilegiada de nuestro

país, puesto que este tiene grandes oportunidades de convertirse en un ente logístico altamente competitivo, sin embargo para lograrlo primero tiene que invertir en conformar una infraestructura sólida con respecto a sus vías de comunicación y transporte.

El Estado de Hidalgo, una entidad federativa de la República Mexicana que se encuentra en el centro de la misma, y cuenta con una ubicación geográfica que goza de muchos beneficios, debido a su cercanía con ciudades importantes como lo son la Ciudad de México capital del país, la ciudad de Querétaro y la ciudad de Puebla, por su relevancia en la economía de la zona centro del país, debido a su industrialización y a su demografía

En el territorio hidalguense pasan algunas líneas ferroviarias, situación que propició uno de los proyectos más ambiciosos en esta zona, el puerto seco que fue ubicado en Atotonilco de Tula, con el cual se pretendía lograr una entidad logística intermodal, para recibir las mercancías provenientes de las importaciones con destino al centro de México. Puesto que estas vías férreas logran conectar a los puertos de mayor relevancia para el comercio exterior así mismo con la frontera norte en donde se encuentra de forma más activa esta actividad.

El coste beneficio que trae consigo la utilización del ferrocarril, para la rama industrial de nuestro Estado es importante, puesto que aún no ha despuntado como se espera en este sector, siendo este una posibilidad de desarrollar la economía, pues genera empleos mejor pagados y crea cadenas de valor.

Sin embargo la situación que afrontan las vías del tren en México es delicada, ya que estas se encuentran en manos de particulares, los cuales al firmar el acuerdo por el cual les fue brindada la concesión, en ningún momento estipulaba la inversión para el incremento de las

vías, es así que podemos notar que existen vías que se encuentran inhabilitadas y en desuso, además de que las empresas que explotan la vías prácticamente son monopolios que dominan ciertas regiones de las vías que atraviesan el país y por esta razón las tarifas y el servicio que brindan dejan mucho que desear al no ser del todo justas.

Aspectos históricos del ferrocarril

El principal transporte en México en la época del virreinato y en sus primeros años de independencia eran los animales de carga, sin embargo esto dificultaba el traslado de las mismas pues la capacidad de carga era muy limitada y se tomaba mucho tiempo el ir de un lugar a otro. Mientras que México vivía la transición de colonia española a un país independiente, en Europa ocurría un fenómeno conocido como revolución industrial, el cual daba un giro a la forma de producción debido a inventos como el telar mecánico y la máquina de vapor los cuales cambiaron la forma de producción del siglo XIX. El ferrocarril apoyo el desarrollo de la industria y en Inglaterra para el año 1825, el ferrocarril que iba de Stockton a Darlington, considerado el primero con tracción de vapor para el transporte de carga, fue inaugurado.

La construcción de las vías del tren en México se fue dando a través de diversas concesiones otorgadas por el gobierno a empresas, particulares y Estado. La primera concesión fue dada mediante un decreto el 22 de agosto de 1837 a Francisco de Arrillaga el cual se comprometió a construir una vía doble que iba de la capital del país al Estado de Veracruz, con un ramal al estado de Puebla. Los beneficios de esta concesión era el goce de la explotación de esta vía por treinta años, sin embargo tenía que reintegrar al Estado un

millón de pesos. En esta ocasión la concesión no fue fructífera, pero de este modo se marcó la primera iniciativa para la construcción de tren. (Dávila, 2014)

El 30 de noviembre de 1842 el gobierno de Antonio López de Santa Ana otorga la segunda concesión como un nuevo intento de implantar el ferrocarril, como resultado se obtuvo el primer tramo ferroviario de 11.5 kilómetros que iba de la ciudad de Veracruz a El Molino, el cual fue inaugurado en 1850. Esta primera locomotora de origen Belga fue llamada —La Veracruzana y corría a la entonces impresionante velocidad de 40 kilómetros por hora. (www.galeon hispavista.com)

A partir de estos años poco a poco se fueron desarrollando tramos de vías férreas, pero la época fundamental para el tren fue el porfiriato periodo en donde el ferrocarril tomó su papel como medio de desarrollo y acompañó a la revolución mexicana en su desenlace. El ferrocarril Central Mexicano inaugurado el 10 de abril de 1884 fue de las más importantes líneas ferroviarias que se consolidaron en esta época, puesto que —llegó a controlar por traspaso, construcción y renta, líneas ferroviarias que en total sumaban 5,055 kilómetros o sea una tercera parte de los ferrocarriles construidos hasta finales del siglo pasado. (www.galeon hispavista.com)

—El Ferrocarril Hidalgo y Noreste. Esta línea construida en 1881, con capital mexicano y subvención del Gobierno Federal, fue un sistema de vía angosta, formado por la fusión de seis líneas cortas con una extensión de 232 kilómetros. Comunicaba a la capital con Pachuca y Tulancingo, Pachuca con Puebla y Pachuca con Ometusco, (estación del F C. Mexicano, esta línea levantada en 1956). En el año de 1905 pasó por compra a poder del

Ferrocarril Central Mexicano. Sus líneas fueron ensanchadas alrededor de 1920l.
(www.galeon hispavista.com)

En el Estado de Hidalgo, el ferrocarril transportaba los productos relacionados con la minería, pues era la actividad de mayor relevancia, principalmente de Pachuca su capital puesto que en ella y en lugares cercanos a ella se encontraban las principales minas, de las cuales se extraían metales y minerales, que posteriormente serían llevados por medio del tren a su destino final para su comercialización. No obstante un fenómeno sin igual, se gestó en esta región, gracias a la implantación del tren, las haciendas pulqueras comenzaron a proliferar debido a su conexión con este transporte, en las rutas hacia la Ciudad de México y Veracruz, y también en gran medida a las condiciones climáticas en Hidalgo pues este era el clima idóneo para los magueyes, planta de la cual se extrae el pulque y es así que este producto representando el 40% de las mercancías transportadas se convirtió en una las más importantes para la región, principalmente para los llanos de Hidalgo donde esta actividad marco la fuente de empleo y forma de vida de sus habitantes. (Egremy, 2007)

Otras líneas férreas que se formaron fueron: Ferrocarril Interoceánico, que iba de la ciudad de México a Veracruz; Ferrocarril Mexicano del Sur, comunicaba la ciudad de Puebla con Oaxaca; Ferrocarril Nacional de Tehuantepec; el Ferrocarril Panamericano, línea que conectaba con la frontera sur del país (Guatemala, 458 km) y en —1908 nacen los Ferrocarriles Nacionales de México, con la fusión del central, el nacional, junto con varios pequeños que pertenecían a: Hidalgo, Noreste, Coahuila y mexicano del Pacifico. Los nacionales de México contaban con 11,117 Km de vías férreas en territorio nacionall.
(htt1)

En el gobierno del presidente Lázaro Cárdenas, la participación del Estado con respecto a las líneas del ferrocarril dan un giro, pues en el año 1936 crea un organismo de descentralizado (Líneas Férreas S.A.) con el objetivo de que fuera el estado quien pudiera administrar los Ferrocarriles Nacionales de Tehuantepec, Veracruz-Alvarado y dos líneas cortas. Y para 1937 se decretó la expropiación de las vías del tren, por considerarlas de utilidad pública y mediante un proceso se fueron nacionalizando las vías, pues era necesario crear un sistema único del tren a nivel nacional. En ese ánimo de invertir en el transporte férreo se amplió la construcción, reparación y ensanchamiento de nuevas vías, construidas por la federación entre 1936-1970. (htt1) (Fernández, 2005)

En los años noventa el país afrontaba una fuerte crisis económica y en el año 1995, se presenta una iniciativa al congreso, cuya intención era una reforma al artículo 27 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual establece que es el Estado es el único que puede hacer uso y explotación de las vías del ferrocarril, el objetivo de la iniciativa era el reingreso del capital extranjero y privado en la explotación de las vías férreas. Los resultados a la reforma fueron inmediatos y días después se redactó la —Ley Reglamentaria del Servicio Ferroviario, publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 12 de mayo de 1995, en la cual se establecía los permisos y las limitantes, que ayudan a mantener un control de la operación, funcionamiento y regulación del sistema ferroviario.

Las vías férreas fueron divididas en forma geográfica y así en este marco legal en 1997, entran a tomar posesión dos empresas: La Compañía Kansas City Southern y Transportación Ferroviaria Mexicana, estas fueron las que se hicieron cargo de las líneas del Noreste, con 3,960 kilómetros. Posteriormente entrarían al campo de los ferrocarriles dos empresas más, que dominarían la línea del Pacífico Norte, tales compañías fueron:

Grupo México y Unión Pacific, con 6,200 Kilómetros de vías. Por último la compañía Ferrocarril del Sureste compro 2.200 Kilómetros de vías.(htt1)

A últimas fechas el senado ha presentado una iniciativa para realizar reformas en la Ley ferroviaria, la cual propone una mayor optimización de las vías existentes en el territorio nacional y una mejor competitividad en este sector, promoviendo la participación de más inversión privada, puesto que si más concesionarios ingresan a este campo los costos se verán reducidos, por la existencia de competencia.

Estas iniciativas de reformar la ley ferroviaria ha propiciado inconformidades a las compañías que poseen la concesión de exclusividad para explotar las vías férreas, principalmente las más poderosas y extensas que operan en nuestro país como son: FERROMEX, FERROSUR y Cansas City. Las cuales en los últimos años han sido consideradas como monopolios puesto que éstas empresas pueden fijar las cuotas a su libre albedrío y pueden ser tan altas como deseen pues al no tener competencia, no se ven obligadas a dar un mejor servicio ya que cada una opera en diferente área o región del país. Estas empresas en su defensa argumentan la modernización de las vías que están bajo su uso y también que aun el tiempo de la concesión que les fue otorgada no ha llegado a su culminación, ya que la duración de esta era de 30 años.

Cabe precisar que la privatización en ningún momento obligaba a las compañías a que estas invirtieran en el crecimiento y aplicación de las líneas. En 1980 las vías tenían 25 510 kilómetros y desde la toma de posesión de las empresas privadas hasta el día de hoy se cuenta con 26 727 kilómetros de vías. Con estas cifras podemos notar que el crecimiento de las vías no ha sido del todo significativo, sin embargo menciona Gorotiza (2013) que estas

empresas han trabajado en aspectos relacionados con la eficiencia operativa, la productividad y la reducción de accidentes.

Papel del ferrocarril en materia de comercio exterior

El ferrocarril se utilizaba para el transporte de personas y de mercancías sin embargo el uso por parte de pasajeros tuvo una declive que se agudizó en la década de los noventa y por esa causa las compañías ferroviarias se vieron obligadas a cancelar este servicio quedando únicamente líneas de uso turístico. Las únicas rutas turísticas que son rentables son: la de Tequila-Guadalajara y la de Topolobampo-Chihuahua.

En 1991 sufrió una crisis el traslado de las mercancías en este medio de transporte pues las cifras llegaron a 46.4 millones de toneladas, respecto a 1980 año en que se transportaban 60 millones de toneladas. Sin embargo tuvo una recuperación y en 2011 llegó a transportar hasta 108 toneladas anuales.

Las líneas férreas que cruzan el país tienen conexión con los puertos y con las fronteras norte y sur. ¿Cuál es la ruta más utilizada y cuáles son las vías que conducen a los puertos o a las fronteras? La respuesta es a la frontera Norte, debida a la vecindad con Estados Unidos el cual es nuestro principal socio comercial. Las vías que van hacia los puertos si son utilizadas pero en menor medida. —En 2011, 62.3% de las importaciones y 69.9% de las exportaciones se realizaron en frontera, mientras que 37.23% de las importaciones y 30.5% de las exportaciones por vía férrea se efectuaron en puerto marítimo (Ramírez, El transporte ferroviario en México, 2013).

En México actualmente las mercancías son trasladadas en autotransportes principalmente, seguido del transporte marítimo y en tercer lugar por vía férrea. Sin embargo la infraestructura con la que cuenta México, con respecto a las vías de transporte según el Foro Económico mundial, —México ocupa el lugar 50 en carreteras, 60 en ferrocarriles, 64 en puertos y aeropuertos de 144 países según el Índice de Competitividad (Programa de Inversiones en Infraestructura de Transporte y Comunicaciones 2013- 2018, 2013). Es decir que a pesar de la poca difusión en el uso de las vías ferroviarias estas constituyen un importante papel en los transportes de nuestro país.

Las mercancías trasladadas por vías férreas son las que por su volumen y peso encuentran en este medio de transporte la manera ideal para ser trasladadas de un lugar a otro los principales productos que viajan a través del tren son los industriales en un 43.9%, los agrícolas 24.4 % y minerales 14%.

—En cuanto al comercio exterior de mercancías, destaca que la principal carga transportada en tonelaje son los contenedores, los cuales representaron 11.7% de las importaciones y 26.5% de las exportaciones, en 2011. Las exportaciones presentan la práctica de piggy-back , es decir, el envío de autotransporte con su carga por vía férrea, una señal de la multimodalidad del comercio exterior.

De las importaciones también destaca la entrada de Láminas y planchas de fierro y acero y de Diversos granos (maíz, trigo, frijol de soya, sorgo y arroz), indicador de las necesidades de materias primas (metales) y alimentos para sustentar a la población nacional.

Por el lado de las exportaciones, sobresalen los vehículos automotores armados y los materiales para su ensamble (29.4% del tonelaje total, en 2011), así como la cerveza, los químicos industriales y curiosamente la lámina y plancha de fierro y aceroll. (Ramírez, El transporte ferroviario en México, 2013).

Por lo anterior podemos notar que el transporte ferroviario tiene un uso en el país y es importante para una de las actividades económicas de gran importancia, como lo es el comercio exterior. Sin embargo este se encuentra en una balanza que se inclina más a las importaciones que a las exportaciones con respecto a nuestra relación comercial más importante dada por el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN), es con estos países (Estados Unidos y Canadá) con los que el intercambio de mercancías es más representativo. Lo cual conlleva a que los trenes que fungen el papel de transporte de las mercancías en estas operaciones comerciales arriben a nuestro país repletos de mercancías provenientes de Estados Unidos, pero en el retorno no sucede lo mismo, pues normalmente los vagones vuelven prácticamente vacíos. Pienso que la implementación del ferrocarril podría contribuir a una mejora de esta situación, pues una planeación logística correctamente enfocada puede constituir costos de oportunidad. (Ramírez, El transporte ferroviario en México, 2013)

La importancia del Ferrocarril para el comercio en Hidalgo

El Estado de Hidalgo se encuentra ubicado en la zona centro del país y ha fungido como un territorio de paso para llegar a los estados que se encuentran en la zona del Pacífico y se sitúa muy cerca de la capital del país.

En el estado, la infraestructura de ferrocarriles solo se presenta en la región sur, entre Tula y Huichapan, como apoyo a la industria cementera, conectando con la ciudad de Pachuca, Tezontepec, Tulancingo, Ciudad Sahagún y Apan, entre otros poblados, quienes tienen comunicación con la red ferroviaria de carga del estado de México y Tlaxcala. Cuenta con 864.7 km de vías férreas, de las cuales 708 km corresponden a las troncales y ramales. Las compañías férreas que atraviesan el territorio de Hidalgo son: Ferromex y Ferrosur, considerándose estas las de mayor presencia y relevancia.

Ferrosur tiene vías en los poblados de Apan, Tula y Pachuca. En los poblados de Apan y de Tula, se encuentran cercanos los parques industriales que más actividad tienen en el Estado, estas líneas férreas llevan un curso que conecta la frontera sur del país y al puerto de Veracruz. Ferromex por el contrario conecta con la frontera y puertos del norte, por tal motivo es que consideraremos esta la línea de mayor importancia para el Estado, puesto que esta línea tiene cercanía con Huichapan y Tula de Allende siendo este último uno de los más importante en su participación con su parque industrial y su puerto seco, del cual hablaremos más adelante. Ferromex conecta a Hidalgo con los puertos de Manzanillo, Mazatlán y Guaymas, siendo el primero uno de los principales puertos por el cual se importan y exportan las mercancías. Además de conectar con la adunas fronterizas como la Aduana de Nogales, Mexicali y Ciudad Juárez.

Hidalgo cuenta con 10 parques industriales ubicados en su territorio, los cuales son:

1. El parque industrial Atitalaquia.
2. El parque industrial Huejutla S. XXI.
3. El parque industrial La Reforma.

4. El parque industrial Metropolitano.
5. El parque industrial Sahagún.
6. El parque industrial Tepejí del Río.
7. El parque industrial Tizayuca PLOT.
8. El parque industrial Tizayuca.
9. El parque industrial Tlanalapa.
10. El parque industrial Tula.

(Corporación de Fomento de Infraestructura industrial COFOIN)

Los parques industriales en Hidalgo que son atravesados por el ferrocarril son: el parque industrial de Ciudad Sahagún, Tlanalapa, Tizayuca, Atitataliquia y el de Tula de Allende. Pero no solo los considerados parques industriales sino también las zonas dedicadas a esta actividad por ejemplo la zona de Huichapan cuya vocación es la producción del cemento. Estas zonas y parques encuentran en el ferrocarril un medio de transporte idóneo para movilizar sus mercancías, pues recordemos que son de gran peso y de esta manera se logra optimizar su traslado, permitiendo a los empresarios tener un medio de transporte que permita tener una cadena de suministro adecuada, que les resulte más competitiva.

Se pondrá principal interés en una estructura económica micro regional constituido por la región Tula – Tepeji del Río. En esta zona se ubican importantes empresas, sobresaliendo dos empresas para estatales la refinería de Tula y la Termoeléctrica, además de otras empresas de origen mexicano como: CEMEX, La Cerillera la Central, Cemento Cruz Azul, por citar algunos ejemplos. Esta micro región ha traído consigo la idea y el anhelo del desarrollo industrial del estado, sin embargo ha afrontado diversas problemáticas a lo largo de este proceso de industrialización, por ejemplo el nivel tan alto de contaminación causado

en gran medida por la refinería y contribuyendo aún más de otras empresas aquí instaladas. Así como los diversos problemas causados por los predios que pertenecieron alguna vez a los particulares pero que fueron comprados para la instalación del corredor industrial. Por otra parte esta zona ha tenido una explosión demográfica acelerada y debido a que las personas tienden a migrar a los centros de trabajo.

La micro región que es objeto de nuestro estudio se encuentra geográficamente bien ubicada al contar con infraestructura de medios de transporte, porque además de contar con vías férreas como ya se había mencionado también cuenta con autopistas como la México-Querétaro y la carretera Jorobas. Influenciado esto por la presencia de las empresas las cuales ejercen un dominio territorial que implica el transporte de los insumos, ya que dependiendo del tipo de transporte del que se trate se lograra reducir los costos. Por lo anteriormente mencionado, tanto la cercanía de esta región con la ciudad de México y Querétaro y su fácil acceso, así como su infraestructura carretera y ferroviaria que conecta al puerto de Manzanillo y la frontera Norte, en el periodo del gobernador Miguel Ángel Osorio Chong se inicia la construcción de una plataforma intermodal conocida como puerto seco.

Los puertos secos son plataformas intermodales que se ubican normalmente en —el interior de un territorio, conectada directamente con uno o más puertos marítimos a través de un corredor de transporte de alta capacidad, preferiblemente ferroviario, dentro de una concepción intermodal en una cadena de transporte puerta a puertal (Estrada, 2011). Siendo los contenedores la carga que predomina en este tipo de puertos. La finalidad de los puertos secos es reducir costos, y crear cadenas de valor que apoyen a la economía de las empresas aledañas. El puerto seco puede fungir como una plataforma de carga y descarga así como

también de almacenaje de las mercancías y una de las más importantes es la distribución, pues al encontrarse en una zona céntrica le resulta factible esta actividad, (Estrada, 2011) lo cual también permite descongestiona a las adunas que se ubican en las fronteras y en los puertos marítimos.

En el año 2009 durante el sexenio del gobernador Miguel Ángel Osorio Chong, se gestó el inicio de uno de los proyectos más ambiciosos en la zona centro del país con relación en los avances de la logística y el comercio internacional. El objetivo era convertir a Atotonilco de Tula como Desarrollo Integral Sustentable, el cual contempla grandes proyectos de urbanización e industrialización, pero en donde destacaremos el proyecto Puerto Seco (Terminal de carga multimodal y Parque logístico).

Para las empresas es fundamental contar con una cadena de suministro que mantenga un flujo constante, es también esta una de las razones que motivan la creación este tipo de plataformas intermodales, puesto que las aduanas marítimas y fronterizas se encuentran con un exceso respecto a su capacidad y los tráiler tienen que esperar largas horas e incluso días para poder pasar por una aduana para después dirigirse a su destino final, razón por la cual es necesario contar con una accesibilidad física a las mercancías en las operaciones comerciales de las empresas pues ahora podemos decir que se encuentran más cercanas a las aduanas por donde serán despachas las mercancías para su importación o exportación. (Estrada, 2011).

Podemos decir que con esta modalidad de los puertos secos han acercado a los puertos marinos y fronteras a los mercados y a los clientes. Otro aspecto importante relacionado con el puerto seco, es la seguridad, sabemos que el único delito contemplado dentro del

comercio exterior es el contrabando, sin embargo este prolifera día a día, puesto que muchas veces ingresan por nuestras aduanas mercancías prohibidas o que no se declaran para evitar el pago de los impuestos. Ahora bien la saturación excesiva de las aduanas evita que se realice de una manera más minuciosa y segura, el reconocimiento aduanero a pesar de la tecnología que se implementa. Tener adunas más seguras es un objetivo que se ha perseguido siempre y que beneficia a todos, pues el comercio desleal afecta a nuestro comercio doméstico.

El puerto seco de Atotonilco, representa una gran oportunidad de crecimiento para el Estado, beneficiando a la industria ubicada en el territorio del mismo y también del centro del país. Por tal motivo es que tiene importancia a nivel nacional.

Al momento de la planeación de este puerto se pretendía dar servicio a más de 500 empresas y conectar por medio del ferrocarril a la zona centro del país. Pues las rutas que atraviesan Hidalgo son de las más relevantes, como son: Ferromex la cual conecta con la zona norte del país, llegando a puertos importantes como lo son Manzanillo y Lázaro Cárdenas y también adunas fronterizas en esta misma zona y sin olvidar la conexión con líneas férreas que conducen a Estados Unidos de América. Otra línea importante es Ferrosur esta línea de ferrocarril permite llegar al puerto de Veracruz al igual que la línea de Kansa City.

Como podemos observar Hidalgo se encuentra conectado con las entradas y salidas más importantes de nuestro país, ya que une al Golfo con el Pacífico y al Centro con el Norte y también con el Sur. Situación que se tenía que aprovechar.

Se contemplaba que con esta magna obra se generaran 100 mil de manera indirecta, y al menos 10 mil empleos de manera directa. A pesar de la magnitud de esta obra se han presentado muchos problemas en torno al proyecto, principalmente de carácter burocrático y territorial al no ponerse de acuerdo con la venta y reubicación de algunos predios pertenecientes a los habitantes de este lugar. Situación que puso en jaque la construcción del parque logístico intermodal lo cual ponía en riesgo la labor realizada por las autoridades para la generación de los beneficios y la inversión hecha por los mismos.

Ciertamente la situación del parque logístico se encontraba en una situación demasiado turbia en donde no se veía muy claro el rumbo y la funcionalidad del mismo. Sin embargo este recupero fuerza y comenzó sus operaciones aunque un poco después del tiempo que se tenía previsto, ya que después de haberse realizado la inauguración este permaneció inactivo, por faltar algunos aspectos correspondientes al equipamiento del mismo.

Las operaciones en el puerto seco comenzaron el 2012, con —10 mil contenedores anuales y en el segundo año con 25 mil contenedores, con lo cual rebasaba las expectativas proyectadas. Y se espera que en el año que arrancó supere hasta 225 mil contenedores anuales. Además cuenta con la zona de actividades logísticas de Hidalgo donde instalarán empresas y centros de distribución que utilicen la carga que llega para hacer re manufactura, terminar el proceso y volver a despachar. Estas etapas complementarias van creciendo y avanzando. (MAAUAD)

Ahora bien ya que hemos visto sobre los beneficios que traería la implantación del puerto seco, podemos concertar que vale la pena la inversión esta inversión. Que las necesidades del comercio y de la industria van cambiando constantemente y que estar a la vanguardia

para satisfacer estas necesidades, puede asegurar el crecimiento y el progreso de la nación. Hidalgo al igual que el resto del país requiere de inversiones bien hechas que le generen beneficios como la creación de nuevos y mejores empleos, lo cual evita situaciones como la delincuencia y la migración, que ya tanto han azotado a nuestra gente.

Los problemas afrontados para la implantación del ente logístico en Atotonilco de Tula no son de tipo logísticos sino más bien de una lamentable situación que involucra a los habitantes de los municipios de Atotonilco de Tula y de Tepeji del Río, pues sus predios en los cuales serán llevado a cabo el magno proyecto se encuentran de manera irregular al no haber la transparencia y la oportuna intervención del gobierno para solucionar los conflictos territoriales entre los municipios y sus habitantes, pues como ya analizamos la ubicación de nuestro Estado es por demás estratégica y cuenta con una importante característica que son las vías férreas que atraviesan a lo largo y ancho del país, conectando así de una manera eficiente la distribución de los productos. Situación que debe ser aprovechada por los hidalguenses.

Las oportunidades y la ventaja comparativa que se muestra ahora para las empresas son mayores a la existente en años pasados. Ahora los ojos de los empresarios podrían estar fijados en la implementación de manufacturas, empresa que por mucho tiempo hizo proliferar el trabajo sobre todo en la zona norte del país y que esta visto es un negocio redituable para los dueños y que brinda trabajo a las personas.

Conclusiones

El transporte ferroviario es fundamental para la existencia y elevar la competitividad del puerto seco, pues el transporte multimodal es lo que marca las pautas para reducir los costos de las empresas. Pues su cadena de suministros se ve beneficiada en gran medida.

El ferrocarril brinda ventajas que benefician al medio ambiente con lo cual podría lograr revertir daños causados por el auto transporte carretero de carga debido a que este es responsable de grandes cantidades de CO₂ emitidas y lanzadas a la atmósfera, de igual manera este representa mayores costos con respecto a la cantidad de uso de combustible, ya que —el autotransporte de carga utiliza 85.98 toneladas –kilometro/litro mientras que para el tren es de 25.11% toneladas-kilometro/litro (Gamboa, 2007). Otra ventaja que presenta el ferrocarril es la disminución de accidentes debido a que la seguridad en los trenes es mayor, según la SCT (Secretaría Comunicaciones y Transportes) reporta que un 11% de las mercancías movilizadas a través de autotransportes son materiales peligrosos, situación que pone en constante riesgo a la sociedad que transita en las carreteras. El ferrocarril evita el congestionamiento de carreteras, ya que este circula por lugares específicos. Sin embargo pese a estas ventajas el ferrocarril ha propiciado que los migrantes provenientes de países pertenecientes al sur de continente lo utilicen como su principal medio de transporte, sin embargo esta situación podría ser regulada por las autoridades.

Bibliografía

- Corporación de Fomento de Infraestructura industrial COFOIN. (s.f.). Recuperado el 22 de Agosto de 2014, de Corporación de Fomento de Infraestructura industrial COFOIN: <http://cofoin.hidalgo.gob.mx/index.php?option=content&task=view&id=53/>
- Gorostiza, F. J. (2013). El renacimiento de los ferrocarriles mexicanos de carga:1995-2010. *Mirada Ferroviaria*, 4-9.

- Historia de los transportes. (16 de enero de 2011). Recuperado el 25 de Agosto de 2014, de <http://lahistoriadelostransportes.blogspot.mx/2011/01/el-perfeccionamiento-de-los-medios-de.html>
- Sobrinho, A. B. (1984). La gran aventura del comercio mundial. El correo de la UNESCO, grandes rutas comerciales del mundo., 4,5 y 6.
- Dávila, C. G. (02 de Abril de 2014). México Desconocido. Obtenido de <http://www.mexicodesconocido.com.mx/ferrocarril-ruta-vital.html>
- Galeon hispavista.com. (s.f.). Obtenido de <http://estaciontorreon.galeon.com/productos627821.html>
- Sinaloa MX. (07 de Diciembre de 2012). Recuperado el 20 de Marzo de 2014, de Sinaloa MX: <http://sinaloamx.com/incremento-en-las-vias-de-ferrocarril-en-la-republica-mexicana-periodo-1884-1910-mapas-de-sinaloa-mexico/mapa-vias-de-ferrocarril-republica-mexicana-1884-1910-001/>
- Fernández, I. F. (2005). Historia de México. En I. F. Fernández, Historia de México (pág. 10). México: Pearson Educación.
- Melendez. (1964). Estudio de la concesión administrativa y su definición. Revista del Poder Judicial del Estado de Guanajuato., 54.
- Ramírez, S. M. (2013). El transporte ferroviario en México. Comercio Exterior, 11-12.

Las instituciones de educación superior como eje de articulación del conocimiento en micro, pequeña y mediana empresa en el contexto de la alianza del pacífico

Jairo Contreras Capella

Universidad del Atlántico – Universidad Libre Seccional Barranquilla – Universidad Autónoma del Caribe- Grupo de Investigación INVIUS

Yanyn Rincón Quintero
Universidad Simón Bolívar (Barranquilla – Colombia)

“La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en América Latina juega un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye significativamente a la generación de empleo, de ingresos, erradicación de la pobreza y dinamiza la actividad productiva de las economías locales. Adicionalmente, representan una cuota importante en el tejido empresarial de los países; así en el istmo centroamericano se estima que la MIPYME representa más del 90% de la estructura empresarial de la región; si bien es cierto que los estudios difieren en la estimación de la contribución al Producto Interno Bruto, se estima que en promedio contribuyen con el 20% del PIB y que, en algunos casos, esta contribución llega a alcanzar el 50%.”¹⁴³

Resumen

La ponencia tiene como propósito destacar el rol de las Instituciones de Educación Superior (IES) como eje de articulación del conocimiento en la micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme), especialmente aquella que sigue los lineamientos de la Alianza del Pacífico como instancia de integración económica, social, política y cultural de los Estados miembro fundadores del mencionado ente de integración supranacional. Para ello se hace un análisis de los cambios en el sistema de educación superior de los países involucrados.

¹⁴³ COMISIÓN ECONÓMICA PARA LA AMÉRICA LATINA, CEPAL. Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas. Documento PDF, 105 páginas.

Palabras clave: Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Mipyme) – Alianza del Pacífico – Instituciones de Educación Superior (IES)

Introducción

Un proceso regional de desarrollo económico – social en los términos propuestos por la Alianza Pacífico, requiere entre sus múltiples y variados aspectos, que las Instituciones de Educación Superior (IES) ubicadas en los países fundadores de la iniciativa integracionista Alianza del Pacífico, alcancen niveles de consenso en consonancia con el momento histórico, la fase de desarrollo y los objetivos generales de la comunidad regional y local; por lo cual resulta útil reflexionar acerca del modelo pedagógico dominante en el sistema educativo de los países involucrados, y las características que ha de adoptar una educación superior propositiva respecto al diseño e impulso de redes micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) en el marco de la referida Alianza.

Surge así entre los variados requerimientos, que el modelo pedagógico imperante en las Instituciones de Educación Superior (IES) de los países involucrados en el proceso integracionista, se constituya en facilitador/promotor con capacidad para impulsar planes, programas, actividades y dinámicas académico-científicas, de apropiación, difusión e innovación social encaminada a profundizar habilidades y destrezas individuales, colectivas, institucionales y sociales, desmitificando así lo científico-tecnológico y académico respecto a los procesos de integración/complementación económica, social y política de los Estados involucrados; en suma, se ha de encausar el conocimiento social e institucionalmente acumulado, poniéndolo al servicio de las necesidades del ciudadano, de la industria, la integración, el bienestar y confort de las comunidades involucradas.

Puede considerarse que los procesos de articulación de las Mipyme tienen la potencialidad de fortalecer el desarrollo económico, social y político de los países involucrados en la referida Alianza integracionista. Las citadas gestiones/procesos resultan beneficiados, cuando son acompañados u orientados por políticas de formación profesional claras y definidas, que incrementen las posibilidades de identificación/construcción de acciones de difusión/apropiación social del conocimiento derivadas de un modelo pedagógico útil a los requerimientos y necesidades sociales prioritarias en lo productivo, empresarial y cultural. Así se busca sensibilizar la comunidad científica local y regional, acerca de la necesidad de evaluar las acciones en materia educativa, acerca de su aporte al desarrollo económico social en el contexto de los procesos de integración económica, y la facilidad de posicionamiento del conocimiento como bien público puesto al servicio del desarrollo⁴.

Por lo anterior, resulta útil referirse a los fundamentos epistemológicos de la formación profesional universitaria sobre la base de la interrelación universidad-desarrollo local y su rol en el fortalecimiento/articulación de las redes de Mipyme en contextos de apertura económica, globalización e integración de bloques económicos, sociales y políticos.

Planteamiento del problema

Las Instituciones de Educación Superior ubicadas en los países miembros de la Alianza Pacífico comparten un escenario institucional relativamente compatible/amigable. No obstante, se considera que uno de los aspectos controvertidos en el desenvolvimiento o formación de sociedades integradas en bloques complementarios en lo económico, social y

⁴ Informe sobre el desarrollo mundial. El conocimiento al servicio del desarrollo. Banco Mundial, 1998-1999, pág.3.

político ha sido la configuración de un aparato productivo que responda las necesidades nacionales y locales articuladas al proceso de integración supranacional.

El problema para algunos se ha reducido unas veces a la creación de un organismo gubernamental o del sector privado, o a una alianza entre sectores público-privado, a la actuación de organizaciones no gubernamentales (ONGs) o una combinación de las anteriores instancias; otras veces, se cree bastan simples acuerdos que promuevan intercambios académicos⁵; así, desde la perspectiva de la canciller colombiana, María Ángela Holguín, esos intercambios pretenden que —...los jóvenes, entre 18 y 30 años, nacionales de los Estados miembros de la Alianza del Pacífico que ingresen temporalmente al territorio de cualquiera de los otros países por vacaciones con propósito recreativo y cultural, puedan realizar actividades remuneradas con el fin de solventar parcialmente los gastos de estadía y alimentación durante su permanencia en el Estado receptor⁶.

Se considera como suficiente mecanismo para garantizar el proceso de integración supranacional la adopción de medidas, como las anteriores, unidas a otras como la iniciativa mediante la cual —los países miembros como México, Perú, Chile y Colombia podrán expedir 300 visas por año, para los interesados en el programa, quienes también podrán acceder a propuestas de capacitación durante dos meses⁷.

No obstante, puede afirmarse que el problema de la integración de circuitos económicos en un entorno global es más de fondo y tiene que ver no sólo con la estructuración de un sistema de planeación económica conjunta entre instancias de gobierno, o de

⁵ COLOMBIA. Diario El Universal (Colprensa). Alianza del Pacífico firma acuerdo de intercambios académicos. Bogotá, 20 de Junio de 2014. En: <http://www.eluniversal.com.co/colombia/alianza-del-pacifico-firma-acuerdo-de-intercambios-academicos-162865>

⁶ Ibídem

⁷ Ibídem

organizaciones no gubernamentales, o de ambas, sino con la participación social en la estructura de muchas de las decisiones involucradas. Por lo anterior, las Instituciones de Educación Superior de naturaleza pública o privada, cuentan con gran potencial para constituirse en ejes de articulación de los procesos de conocimiento pertinentes a la red Mipyme.

La Alianza del Pacífico es una iniciativa de integración regional de reciente conformación, creada el 28 de abril de 2011 por los Estados de Chile, Colombia, México y Perú. Entre sus objetivos está la construcción de un área de integración profunda que avance hacia la construcción de libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas entre los citados países; otro objetivo es el impulso al crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías de los miembros de la Alianza a fin de alcanzar mayor bienestar, superar la desigualdad socioeconómica e impulsar la inclusión social; así mismo dicha Alianza proyecta convertirse en una plataforma de articulación política, integración económica y comercial con proyección preferencial a la región Asia-Pacífico⁸.

La Alianza del Pacífico es concebida como plataforma estratégica en la medida que promueve la integración profunda de servicios, capitales, inversiones y movimiento de personas; manifiesta ser una organización de naturaleza incluyente, que comparten afinidades y promueven el libre comercio como impulsor de crecimiento, transmitiendo a los negocios un alto potencial y dinámica en un contexto de economías bien posesionadas a nivel mundial (ocupan el octavo sitio) y fundamentada en principios de modernidad, pragmatismo y voluntad política. La Alianza representa: la séptima potencia exportadora a nivel mundial; el 36% del PIB de América Latina; concentra el 50% del comercio total de

⁸ *Ibidem*.

latinoamérica y atrae el 41% de la inversión extranjera directa. Los países miembros fundadores representan una población de 212 millones de personas con un PIB per cápita promedio de 10 mil dólares⁹.

Los Estados miembros fundadores articulan una red de acuerdos comerciales entre sí y con las economías más desarrolladas y dinámicas en el orden internacional, promueve el intercambio comercial de inversiones, innovación y tecnología con regiones de alta competitividad a nivel mundial; tiene potencial para atraer inversiones internacionales directa y cuenta con ventajas competitivas en sectores económicos como minería, recursos forestales, energía, agricultura, automotriz, pesca y manufactura.

La Alianza ha sido concebida como un espacio para la cooperación efectiva que impulsa iniciativas innovadoras con respecto a la movilidad de personas, preservación y respeto del medio ambiente, creación de una red de investigación científica sobre cambio climático, intercambio académico y estudiantil, promoción cultural, integración de los mercados de valores por intermedio del mercado integrado latinoamericano (MILA), apertura de oficinas comerciales conjuntas, participación en ferias y exposiciones en un mismo espacio, impulso al turismo y mejora en la capacidad competitiva e innovación de las Mipyme¹⁰.

No obstante, se observa que muy a pesar del marco de referencia anterior, las instituciones de educación superior (IES) que ofrecen programas académicos en la Región conformada por la Alianza del Pacífico, se limitan, por lo general, al cumplimiento de sus funciones de docencia, investigación y proyección social en una perspectiva tradicional, sin prever el ejercicio de dichas funciones en el nuevo contexto, signado por la voluntad de constituir

⁹ *Ibíd.*

¹⁰ *Ibíd.*

niveles de integración económico, social, político y cultural que den sostenibilidad a dicho proceso.

He aquí donde se revela la situación problemática, toda vez que las Instituciones de Educación Superior (IES) carecen de un plan de integración académico que impacte los programas que ofrecen o puedan ofrecer en un futuro, tampoco existe un Programa Académico innovador que ofrezca a los participantes la formación en habilidades y competencias propios del reto regional que implica un horizonte de integración económica, social y política como el propuesto por el citado bloque económico.

Más grave aún, se observa por el contrario que los actores esenciales de las Mipyme, quienes son pequeños y medianos propietarios, inversionistas, gestores, asesores, personal directivo, empleados, etc., y quienes, se espera, sean el soporte de la actividad de concreción de los lineamientos integracionistas, carecen de un espacio privilegiado en las IES que funcionan en los Estados miembros fundadores. El talento humano de las Mipyme no tiene un referente conjunto, articulado, permanente, con programas académicos que garanticen sustentabilidad ante el complejo proyecto supranacional en que actúan. La integración económica, social y política propuesta por la Alianza del Pacífico, es por naturaleza compleja, plegadas de oportunidades y fortalezas, pero también con grandes amenazas en la medida que actúa en una realidad dinámica global que los actores han de apropiarse.

Por el contrario, los actores de las Mipyme carecen de una mesa de análisis situacional estable, permanente en el tiempo, donde reflexionen, analicen, debatan, se formen, cualifiquen sus experiencias, examinen en una comunidad Mipyme las decisiones de corto,

mediano y largo plazo. Un verdadero Centro de entrenamiento Mipyme que remplace/complemente el servicio militar obligatorio (para el caso colombiano inmerso en un proceso de reconciliación y postconflicto) con la formación social obligatoria Mipyme, orientada al proceso de integración propuesto por la Alianza del Pacífico; todo esto pudiese ser liderado por las IES tradicionales de mayor desarrollo o mediante la innovación de IES con encargo social enfatizado en el quehacer de las redes Mipyme. Cada país miembro ha de definir la estrategia que ha de desarrollar para el avance máximo de sus factores productivo y sectores económicos.

En este sentido se impone la necesidad de que las IES de mayor capacidad organizativa, compromiso integracionista e innovación, sean capaces de dar un paso adelante construyendo escenarios conjuntos, consensuados, mediante los mecanismos legalmente contemplados que generen vínculos societarios, convenios interinstitucionales, acciones de interés común que garanticen sostenibilidad y sustentabilidad a la formación del talento humano ejecutor de los lineamientos trazados por el proceso de integración económico, social y político referido. Intentar hacer lo contrario, no hacer nada novedoso o continuar en la rutina persistente de la actuación tradicional, es condenar el proyecto integracionista al fracaso.

Las instancias de los Estados miembros fundadores de la Alianza de Pacífico, relacionadas con el quehacer de la educación superior, a nivel ministerial y en general los sistemas de educación superior correspondientes y los vínculos con organismos internacionales (ONU, UNESCO, OEA, etc.) tienen un importante reto, pues constituyen el soporte legal, institucional y cultural del proceso integracionista. Se supone que la lógica es asumir las particularidades de cada país en vínculo con niveles supranacionales a fin de diseñar,

construir e implementar instituciones que respondan a los lineamientos propuestos por el propósito integracionista.

Las anteriores circunstancias constituyen marcos referentes de actuación de las IES, del cual ha de surgir nuevos paradigmas para la nueva universidad, con nuevos hábitos, principios y ejercicio práctico orientado a la formación de un ciudadano con vocación integracionista, en el cual se anide, en su conciencia, la convicción de los beneficios que representan la nueva etapa de construcción institucional y lo imperativo que resulta un proceso pedagógico profundo y sostenido, si se quiere tener éxito en un escenario de corto, mediano y largo plazo. En síntesis el reto para las Instituciones de Educación Superior (IES) consiste en revisar su rol en el proceso de construcción de las instituciones de la Alianza del Pacífico a fin de dar soporte y constituirse en uno de los ejes de actuación para la apropiación y difusión del conocimiento.

Hipótesis central

Las Instituciones de Educación Superior ubicadas en los Estados miembros fundadores de la Alianza del Pacífico tienen un importante rol en el proceso de construcción de las instituciones integradas en el citado bloque económico regional, ya que mediante su ejercicio misional tienen la capacidad de garantizar procesos de apropiación y difusión del conocimiento, la ciencia, la tecnología e innovación, con lo cual se fortalece la actuación de agentes económicos como las micro, pequeña y mediana empresa, sus redes locales, nacionales y supranacionales, contribuyendo así al diseño, organización, implementación y evaluación de políticas públicas de integración económica, social, política y cultural en países miembros de la Alianza del Pacífico.

Hipótesis derivadas

- El rol de las Instituciones de Educación Superior (IES) con relación a los problemas del contexto en que se insertan es dinámico, cambiante, lo cual responde a diversas etapas históricas en las que se han ejercitado sus funciones básicas.
- Las diferencias económicas, sociales, políticas y culturales entre los distintos Estados miembros de la Alianza del Pacífico, se reflejan también y de cierta manera, en el grado de desarrollo del sector de educación superior.
- Algunos de los principios rectores o teleológicos que orientan la gestión de las Instituciones de Educación Superior domiciliada en los Estados miembros de la Alianza del Pacífico, están llamados a ser objeto de revisión con el fin de adecuarlos a la nueva fase de actuación institucional integrada.
- La práctica de planeación institucional en el marco de la integración de la Alianza del Pacífico, permitirá identificar fortalezas, oportunidades y recursos, pero también, educarse en el manejo articulado de instituciones de los Estados miembros. Este es un proceso complejo que involucra IES de la región integrada en el diseño de las instituciones que requiere dicha integración.

Para la confirmación de la hipótesis, se requiere precisar el rol de las Instituciones de Educación Superior (IES) en el proceso de construcción/adecuación de instituciones que respondan a lineamientos integracionista de la Alianza del Pacífico, así como el aporte que pueda brindar al Alto Gobierno de sus respectivos Estados en la conducción de la Administración Pública Nacional y Supranacional.

Así mismo, se requiere:

- Indagar acerca de los fundamentos epistemológicos en la formación profesional sobre la base de interrelación Universidad-Desarrollo local, de tal manera que permita develar el rol de actuación de las Instituciones de Educación Superior (IES) con relación al entorno.
- Examinar los diversos mecanismos orientados a concretar el proceso de integración económica, social, política y cultural propuesto por la Alianza del Pacífico y el rol de las Instituciones de Educación Superior (IES) en el nuevo escenario de actuación.
- Precisar un plan general de integración universitaria que proyecte acciones conjunta encaminadas a mantener y enriquecer el proceso de integración, incluido la posible fundación de la —Universidad Alianza del Pacífico‖ como instancia y espacio de formación de los actores y agentes económicos, sociales, políticos y culturales, especialmente las redes de micro, pequeña y mediana empresa; así como, en general, quienes trabajan por concretar la referida integración.

Planteada la hipótesis central y las derivadas, así como los requerimientos de su contrastación, se precisa de un modo de actuación, un recorrido, en este caso una metodología. La metodología propuesta consiste en indagar, en primer lugar, el aspecto epistemológico de la formación profesional sobre la base de la interrelación universidad-desarrollo local, luego se procede a analizar los elementos teleológicos de una muestra de Instituciones de Educación Superior (IES) ubicadas en la región de integración Alianza del

Pacífico, la Constitución Política y el Plan de Desarrollo de los Estados miembros fundadores de la citada Alianza territoriales, así como el Plan de Estudio de algunos programas académicos de educación superior ofertados por Instituciones de Educación Superior (IES) ubicadas en la región de referencia, con el propósito de precisar la existencia de lineamientos de integración económica, social, política y cultural en el proceso de enseñanza aprendizaje, y su conformidad con los ideales integracionistas de la Alianza del Pacífico.

Además de la metodología expuesta se precisa promover foros de alcance supranacional acerca de los fundamentos epistemológicos de la universidad en el nuevo siglo y en especial su vínculo con la Alianza del Pacífico; además develar la carencia de un plan general de integración universitaria superior, por lo cual se recomienda introducir, en los planes de estudio académico, en el componente teleológico de las Instituciones de Educación Superior (IES) que ofrecen programas académicos en la región de referencia y en los Estados miembros de la Alianza del Pacífico, elementos de integración económica, social, política y cultural que estimulen, promuevan y faciliten la formación de ciudadanos-profesionales con vocación integracionista, así como el fortalecimiento de la red de micro, pequeño y mediana empresa .

Fundamentación epistemológica de la formación profesional sobre la base de la interrelación IES - desarrollo local.

La evolución histórica de las IES como organización social ha transitado diversas etapas, las cuales pueden ser estudiadas atendiendo las características que ha asumido en su devenir histórico. Pueden identificarse varias etapas que enmarcan, a juicio del ponente, las

transformaciones esenciales en cada período, permitiendo establecer una clasificación útil a los fines propuestos en esta disertación.

Se realiza una valoración de los aspectos teóricos y metodológicos relacionados con las IES, su rol en diversas etapas de la historia, su relación con la sociedad, el desarrollo local y la manera como el proceso de enseñanza aprendizaje de los profesionales de las distintas disciplinas han sido mediatizadas por las mencionadas transformaciones acorde con el rol de las IES y el entorno económico, social y político como escenario para el desarrollo de sus habilidades profesionales, así como el entrenamiento y formación en la identificación de requerimientos, necesidades, carencias y oportunidades de desarrollo local.

La relación Universidad, Sociedad y Desarrollo local.

Las Instituciones de Educación Superior (IES) a comienzo de la primera década del siglo XXI, enfrentan profundas transformaciones que afectan sus estructuras y su rol ante la sociedad. Lo anterior se encuentra signado por un proceso de globalización que promueve la agudización de la competencia internacional y cuyo factor más dinámico es la innovación tecnológica.

El desarrollo local se asocia a la gestión del conocimiento y la innovación, en este caso, asociado a un contexto del entorno geográfico próximo; conocimiento que puede ser universalizado o lo que es lo mismo, relocalizado. Por esto las Instituciones de Educación Superior (IES) que apuntan al desarrollo local, activan sus habilidades y capacidades para el desarrollo científico y tecnológico, con lo cual se integran al entorno mediante la solución de problemas de las comunidades. —La creciente capacidad de dar soluciones a

problemas locales está vinculada al aumento de capacidad de participar como socio competente de las comunidades internacionales de investigación¹¹.

Uno de los factores de calidad en la educación superior se relaciona con la capacidad, habilidad y destreza de las Instituciones de Educación Superior (IES) para conocer y reconocer el contexto en el cual se inserta y la coherencia con la cual la institución se articula con el contexto. En algunos países, como Colombia, miembro fundador de la Alianza del Pacífico, la relación de las IES con el entorno es reconocida normativamente*, al constituir la —innovación e interacción con el entorno‖ uno de los factores para la acreditación de calidad.

Lo anterior muestra cómo se han venido originando cambios en las IES en lo relacionado a su creciente articulación con el entorno; así, las IES han evolucionado de la concepción inicial de una —comunidad de maestros y estudiantes dedicados al oficio del Saber‖, hacia un modelo en el que se relaciona con actores sociales, con su entorno (empresas, gobierno, comunidad local, regional, nacional e internacional), con el fin de fortalecer sus habilidades de apropiación social del conocimiento, agilizar el sector productivo e incrementar el bienestar de la comunidad.

Por lo anterior no es extraño encontrarnos en la primera década del siglo XXI, con Instituciones de Educación Superior (IES) que promueven una nueva visión, así la Universidad Autónoma de Madrid, al invitar a un seminario acerca de la valoración de la

¹¹ VESURI, Hebe y CETTO, Ana María. Pertinencia e impacto. Revista Interciencia, mayo-junio 1999, vol 4, no. 3148-149

* La Ley 30 de 1992, regula la educación superior en Colombia, crea el Consejo de Educación Superior (CESU) y el Consejo Nacional de Acreditación (CNA); el Decreto 2904 de 1994, define la acreditación; el Acuerdo 01 de 2000 del CESU, Reglamenta al CNA y el Acuerdo 06 de 1995 del CESU, fija políticas de acreditación.

transferencia de los resultados de la investigación, presenta un perfil de las transformaciones de la universidad a lo largo de la historia:

Desde la segunda guerra mundial y hasta finales de los 80, las Instituciones de Educación Superior (IES) de los países desarrollados, disfrutaron de amplia financiación pública para la investigación, sin que existiera mucha presión para que el resultado de sus investigaciones se transmitiera al sistema productivo. Se daba por supuesto que los resultados de investigación universitaria tendrían una repercusión posterior en la sociedad. Esta situación ha ido cambiando con el tiempo, el objetivo de la Unión Europea de construir la Europa del conocimiento para el crecimiento, especificado en la estrategia de Lisboa implica un mayor esfuerzo en I+D+I de todos los agentes económicos, y requiere un cambio en el papel de la universidad europea y española en el ámbito de la transferencia del conocimiento a las actividades productivas. El impulso y la medición de las actividades de transferencia del conocimiento en lo que se conoce como la tercera misión de la universidad es, por tanto, en estos momentos una tarea prioritaria para los responsables de la gestión universitaria¹².

Es lo que algunos denominan como el Modo dos (II) de Hacer Ciencia, ésta última se orienta a la solución de problemas específicos, a la aplicación del conocimiento al desarrollo socio-económico, a fortalecer la competitividad y a mejorar el bienestar de una comunidad. El papel de las IES consecuentemente cambia y la función de proyección social en la comunidad adquiere preponderancia. Así, la creciente proyección de las IES en el entorno se traduce en su inserción en sistemas regionales de innovación, convirtiéndose en uno de sus agentes claves, al igual que la interacción con empresas, Gobierno y la Comunidad.

¹² **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID. Seminario de "Valoración de la transferencia de los resultados de la investigación". Octubre 2 de 2008**
http://portal.uam.es/portal/page/portal/UAM_ORGANIZATIVO/OrganosGobierno/VicerrectoradoPlanificacionCalidad/Home/valoraciontransferencia .Septiembre de 2008.

El llamado Modo II de producción de conocimiento (Gibbons, et.al., 1994)¹³, es una nueva forma de repensar la ciencia en función de las nuevas realidades, de estrechar lazos entre la industria/empresas y la investigación universitaria, y al igual que Campbell (2006), Henry Etzkowitz (2000, Noción de Triple Hélice) y (Tassey, 2001, Ciclos de vida de la Tecnología), han sido formas que tienen sus orígenes, según algunos autores, en la declinación económica de los 80, y en la mayor y feroz competencia a escala mundial, provocada por los avances tecnológicos.

De esta manera se corrobora que las Instituciones de Educación Superior (IES) están llamadas a proyectarse a la comunidad e interactuar con diversos actores sociales en su entorno, contribuyendo a la —apropiación social del conocimiento de muy diversas formas. Articulándose en el espacio productivo de la ciudad-región y en el sector productivo, aportando innovación¹⁴, entendida como —solución de problemas, la que se manifiesta básicamente en el espacio regional (territorial). Es en esa dimensión donde las empresas, las comunidades y sus organizaciones buscan el conocimiento que requieren para mejorar su bienestar y/o competitividad práctica y efectiva, con los niveles de generalización que reclame

Las IES interactúan con empresas, con centros tecnológicos y con otras Instituciones de Educación Superior (IES) supranacionales y actores sociales. Esto da lugar a la posibilidad de evaluar la capacidad de los programas académicos ofertados por las IES, de: (a) Contribuir al desarrollo económico, social y político por medio del fomento a la Innovación

¹³ JIMENEZ, Jaime y ESCALANTE, Juan Carlos. Nuevas respuestas a la globalización de la investigación científica. (Octubre, 2008). (Vía Internet) . http://www.ocyt.org.co/esocite/Ponencias_ESOCITEPDF/ISA101.pdf

¹⁴ AGUILERA GARCIA, Luis Orlando. La Universidad del siglo XXI: una epistemología de la educación ante la sociedad del conocimiento. Edición Mario Nieves, México 2006. Pág.109.

en espacios de integración como la Alianza del Pacífico; y (b) Integrar en las competencias de investigadores, aquellas relacionadas con la Gestión del Conocimiento y la Innovación.

En términos generales, la estrategia que hoy es promovida en un importante número de países ha priorizado la necesidad de vincular a la universidad a las preocupaciones del aparato productivo, en lo que se conoce como el binomio —universidad-industrial. Lo cual ha conllevado la asunción de políticas de formación profesional a nivel de pre y postgrado, orientada a mejorar la calidad de la investigación y acercar la enseñanza superior a los requerimientos de la sociedad. A partir de entonces han surgido políticas públicas que mediatizan la gestión en las IES, asumiendo así lineamientos orientados a implementar políticas para vincularse a los problemas locales y especialmente a los asociados al sector productivo de sus correspondientes países.

Esos nuevos retos permiten realizar un análisis acerca de los logros y los problemas que enfrentan las IES ante la nueva dinámica. No obstante, la situación no se presenta uniforme y por el contrario, al surgir nuevas IES con nuevas propuestas, se origina un desarrollo desigual y diferenciado entre la vieja y la nueva universidad, que en oportunidades hace contradictorias las políticas de las IES tradicionales con las de menor tradición, en relación a la manera de leer la problemática del entorno, pero también como articularse con ella. Estas preocupaciones fueron abordadas en el —Seminario Internacional acerca de las Nuevas IES a fines del siglo XX (1996)†*. En dicho evento se analizaron con respecto a las IES, lo relacionado a los nuevos temas, las nuevas carreras y nuevos modelos de Universidad. Se evidencia lo urgente que resulta que la universidad del siglo XXI, se

* Organizado por la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) y la Universidad Carlos III, de Madrid, España, y llevado a cabo desde el miércoles 26 hasta el viernes 28 de junio de 1996, en el Colegio Máximo de la Compañía de Jesús, en la Ciudad de San Miguel, Provincia de Buenos Aires, Argentina.

adapte a los nuevos tiempos caracterizados por cambios rápidos en el contexto, que generan incertidumbre, situación que podrá ser enfrentada en la medida que la universidad logre asumir una actitud abierta a nuevos temas, carreras y métodos.

En ese orden de ideas, a las Instituciones de Educación Superior (IES) de cara al siglo XXI, se les pide que asuman un papel más protagónico con el devenir histórico y con el destino de la Sociedad en que les corresponde transitar, lo cual obliga a revisar permanentemente el sentido, el alcance, la cobertura, la intensidad, la profundidad y las modalidades de la relación Universidad-Sociedad, especialmente el rol que han de desempeñar las IES en un escenario caracterizado no precisamente por ser una época de cambios, sino justamente por ser un cambio de época* .

Le corresponde a los sistemas educativos liderar los procesos para lograr que las IES hagan cada vez más pertinente su quehacer con el de las sociedades en que se encuentran insertas. Esto no implica desconocimiento del hecho real de que en verdad, los sistemas educativos obedecen al direccionamiento del Estado al que están afiliados políticamente. Esto último, en correspondencia con el reconocimiento de la existencia de una concepción dialéctica de la realidad: el Principio de la Totalidad Concreta, según el cual, todo hecho (o fenómeno) sólo puede ser comprendido en su contexto, lo cual nos lleva a afirmar que toda teoría se produce en una determinada formación social y que por tanto, la llamada reforma o readecuación del sistema educativo del nivel superior de cada país, sólo será adecuadamente interpretada en la medida que pueda ser examinada en su contexto histórico.

* Expresión acuñada por el Presidente de la República del Ecuador, Rafael Correa Delgado.

En reciente documento asociado a la situación de las IES en América Latina** se afirma que la universidad en general busca ser el centro del pensamiento, del debate, de la cultura y de la innovación, y, a la vez, está convencida de la necesidad de estar en sintonía con la realidad circundante y los nuevos paradigmas de la educación superior.

El investigador Francisco López Segre, en un artículo denominado —América Latina y el Caribe: Globalización y Educación Superior¹⁵, realiza un resumen acerca de las tendencias prevalecientes en la educación superior en América Latina entre 1990 y 2006. En términos generales se señalan algunas de las tendencias que han de afrontar las Instituciones de Educación Superior (IES) actuales:

- a. El conocimiento y el manejo adecuado de la información, son asimilados como nuevo factor productivo, y la universidad del siglo XXI ha de prepararse y estructurarse para aplicar estos avances. Por ello se origina el criterio de la permanente actualización de los contenidos de los diversos programas académicos, tanto de pre como de postgrado.
- b. La Pedagogía al asumirse con nuevos enfoques, involucra la relación docente-estudiante en su variante enseñanza-aprendizaje. De esta manera se ponen en marcha profundos cambios en la pedagogía, reivindicando el criterio acerca de que —...el problema de la educación, con toda su complejidad y realidad multivariante, más que tecnológico, es pedagógico¹⁵. De esta manera se reconoce que el elemento activo en

** Informe Final-Proyecto Tuning- América Latina 2004-2007. Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina., Pág. 23 (Febrero, 2008) (Vía Internet) http://tuning.unideusto.org/tuningal/index.php?option=com_docman&Itemid=191&task=view_category&catid=22&order=dmdate_published&ascdesc=DESC

¹⁵ LOPEZ SEGRE, Francisco. América Latina y el Caribe: Globalización y Educación Superior. Pág.18 (Octubre, 2008). (Vía Internet) http://www.riseu.unam.mx/documentos/acervo_documental/txtid0013.pdf

¹⁵ Ibíd. Pág.24

la relación docente-estudiante en el marco del proceso de enseñanza-aprendizaje, está determinado por una relación pedagógica, a través de la cual se garantiza compartir el conocimiento bajo diferentes estadios tecnológicos.

- c. Nueva concepción de perfil profesional en la medida que están disponible como nunca antes en la historia, un cúmulo de conocimientos y de saberes que han de ser asimilados rápidamente por los nuevos profesionales, quienes han de desarrollar competencias no sólo para aprender lo desconocido, sino para desaprender lo conocido en la medida que ha de innovar, ser creativos y por tanto necesariamente críticos. Por esto —...la sociedad requiere profesionales con pensamiento crítico, con conocimientos profundos de su realidad local y mundial, que junto a su capacidad de adaptación al cambio, hayan asumido un compromiso ético con la sociedad¹⁶.
- d. Se hace residir gran parte del eje de formación del estudiante en el aprendizaje que éste pueda desarrollar. Por ello, de una relación enseñanza-aprendizaje basada en el docente, se pasa a otra basada en el estudiante. Por lo cual —...es necesario que los docentes cedan el escenario, el protagonismo, la palabra y el tiempo a los estudiantes. El estudiante pasa a tener una participación activa en la construcción de su propio aprendizaje, con lo que el profesor se convierte en el gran facilitador, que pone en manos de los estudiantes los recursos: información, métodos, herramientas, crea ambientes y le acompaña...¹⁷
- e. Finalmente, al reconocerse el alcance global de la actividad humana, se mediatiza necesariamente el quehacer educativo a fin de que se pueda mejorar prácticas internas y reafirmar la pertinencia con una visión local y global, que son necesarias y

¹⁶ Ibid..., Pág. 24.

¹⁷ Ibid..., Pág.25.

complementarias que favorecen el proceso de mundialización y afianzamiento de un modelo de cooperación internacional universitaria¹⁸.

Las ideas acerca de la relación Universidad-Sociedad pueden ser abordadas desde distintas perspectivas. Puede hablarse de las relaciones de la universidad con: el resto del sistema educativo, con el sistema económico, o con el sistema social y cultural. Estas, que son expresiones de los vínculos de la universidad con el entorno, obedecen en general, a niveles diferenciados de gestión del conocimiento organizacional, y en particular de la concepción y práctica del modelo pedagógico imperante en el correspondiente centro educativo.

Conclusión

Hoy puede afirmarse que la respuesta de las IES es insuficiente en términos de soluciones emanadas de un trabajo investigativo y pedagógico. Esto a pesar de que la Sociedad se fundamenta cada vez más en el conocimiento y en el talento humano cualificado, por lo cual la educación superior ha de emprender importantes y radicales transformaciones, lo cual sólo será posible en la medida que se eleve el grado de dominio y de reflexión sobre sí misma y así estar en capacidad de propiciar el cambio y el progreso de la sociedad¹⁹.

En el mundo de hoy, la educación superior se vincula con los problemas de desarrollo y subdesarrollo, empleo y desempleo, relaciones de producción y comercialización, necesidades de personas y grupos específicos. Es por ello que se estimula el fortalecimiento de las IES, fomentando los principios de libertad académica y autonomía institucional, procurando su diversificación, facilitando el acceso equitativo y exigiendo la

¹⁸ Ibid.... Pág. 25 y 26.

¹⁹ UNESCO,1998. Declaración Mundial sobre educación en el siglo XXI, Santiago, Chile.

transformación de sus procesos y prácticas para que pueda responder a las necesidades presentes y futuras de un desarrollo humano sostenible²⁰. Las propuestas de solución de la educación superior ante el nivel de exigencias de la sociedad, así como la habilidad para cambiar y dar solución a sus problemas, está en función del grado de autoconocimiento como organización, y sus relaciones con el entorno, la ciencia, la técnica y la tecnología.

Frente a lo anterior, resulta oportuno que desde la Universidad del siglo XXI, se lleve a cabo una permanente reflexión acerca de su rol con el desarrollo local y cómo contribuir a la formación de profesionales vinculados a los problemas locales.

Justo por lo anterior, es fundamental la actuación colectiva e individual de quienes conforman los estamentos universitarios en términos de reflexión permanente del rol de la Universidad. Hay quienes reclaman de la academia un mayor protagonismo que coincide con la formación crítica a que está llamada la generación de universitarios y docentes del siglo XXI, a la que se le persuade que: —Debemos querer ser científicos sociales objetivos pero no neutros, y ello significa utilizar las mejores metodologías que las ciencias sociales nos ofrecen y hacerlo con la mayor rigurosidad, imparcialidad y autonomía posibles. Por esto mismo, elementos propios del proceso de enseñanza-aprendizaje han de ser objeto de permanente revisión a fin de adecuarlos a los nuevos tiempos, en otras palabras, —el mundo actual, que es de gran complejidad, demanda de un pensamiento de alta calidad. Este factor obliga a la docencia universitaria a enfocar la enseñanza y el aprendizaje en el desarrollo

²⁰ UNESCO, 1995. Documento de política para el cambio y el desarrollo de la educación superior., Paris

del pensamiento crítico, para lo cual es necesario redefinir los roles de los actores del proceso educativo y seleccionar los métodos y medios...²¹

En este orden de ideas, significa que la práctica docente se favorece al enfocar el proceso de enseñanza-aprendizaje desde una perspectiva de —pensamiento crítico^{*}, así mismo, el pensamiento crítico es proclamado por Arango (2003). —El tipo de pensamiento que se caracteriza por manejar y dominar las ideas a partir de su revisión y evaluación, para repensar lo que se entiende, se procesa y se comunica. Es un intento activo y sistemático de comprender y evaluar las ideas y argumentos de los otros y los propios. Es concebido como un pensamiento racional, reflexivo e interesado, que decide qué hacer o creer, que es capaz de reconocer y analizar los argumentos en sus partes constitutivas²².

Surge necesariamente un interrogante, acerca de cómo articular el pensamiento crítico en el quehacer de la Universidad, más exactamente, ¿Cuál o cuáles han de ser los lineamientos metodológicos que tienen capacidad de contribuir al desarrollo y la práctica del pensamiento crítico?

Los investigadores, como Markel (2001) y Arango (2003), responden este interrogante indicando que los foros, sobre todo los virtuales, son excelentes estrategias para el desarrollo del pensamiento crítico. Ellos suelen llamarlos como —filigranas mentales

²¹ CORREA DELGADO, Rafael. Hay que recuperar el pensamiento crítico latinoamericano. Discurso del Presidente de la República del Ecuador en la conmemoración de los 50 años de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Nov. 5, 2007. Fuente: <http://www.presidencia.gov.ec/noticias.asp?noid=11515&hl=true>

^{*} —Entendemos el Pensamiento Crítico como un juicio autorregulado y con propósito que conduce a interpretación, análisis, evaluación e inferencia; así como a la explicación de la evidencia, concepto, metodología, criterio o contexto sobre el que se basa ese juicio. El Pensador Crítico ideal es habitualmente inquisitivo, bien informado, de raciocinio confiable, de mente abierta, flexible, evalúa con justicia, honesto en reconocer sus prejuicios, prudente para emitir juicios, dispuesto a reconsiderar, claro con respecto a los problemas, ordenado en materias complejas, diligente en la búsqueda de información relevante, razonable en la selección de criterios, enfocado en investigar y persistente en la búsqueda de resultados que sean tan precisos como lo permitan el tema, la materia y las circunstancias de la investigación. Definición desarrollada por el Profesor Peter Facione, quién utilizó para ella el sofisticado Proceso Delphi en el que intervinieron 46 expertos provenientes de un amplio rango de disciplinas. Ver Austhink, —Pensamiento Crítico^l (en inglés), <http://www.austhink.org/critical.htm>

²² FEDOROV F., Andrei., Op., Cit.

debido a que los foros involucran múltiples aspectos cognitivos y socio afectivos, como seguir el hilo de los diálogos, pensar y entender las intervenciones, descubrir gemas ocultas, confeccionar mensajes para impulsar el diálogo hacia delante, dejar volar la expresión de los demás, respetando la autonomía de los participantes y salir de lo evidente para explorar diferentes alternativas, entre otras muchas posibilidades²³.

No fue casual entonces, la Declaración sobre la Educación Superior en siglo XXI, cuando en el preámbulo de dicho documento, se afirma que —En los albores del nuevo siglo, se observan una demanda de educación superior sin precedentes, acompañada de una gran diversificación de la misma, y una mayor toma de conciencia de la importancia fundamental que este tipo de educación reviste para el desarrollo sociocultural y económico y para la construcción del futuro, de cara al cual las nuevas generaciones deberán estar preparadas con nuevas competencias y nuevos conocimientos e ideales. Así mismo, en la citada Declaración se afirma que —Las instituciones de educación superior deben formar a los estudiantes para que se conviertan en ciudadanos bien informados y profundamente motivados, provistos de un sentido crítico y capaces de analizar los problemas de la sociedad, buscar soluciones, aplicarlas y asumir responsabilidades sociales. 24.

²³ UNESCO. Declaración sobre la educación superior en el siglo XXI. Ver preámbulo. Organizada en Paris, 1998.
http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm

²⁴ *Ibíd*em

Bibliografía

- Aguilera García, *Luis Orlando*. *La Universidad del siglo XXI: una epistemología de la educación ante la sociedad del conocimiento*. Edición Mario Nieves, México 2006. Pág.109.
- Buzón Camporredondo, *Ada*. *Desarrollo Local en Cuba*. 2007
- Correa Delgado, *Rafael*. *Hay que recuperar el pensamiento crítico latinoamericano. Discurso del Presidente de la República del Ecuador en la conmemoración de los 50 años de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)*. Nov. 5, 2007. Fuente: <http://www.presidencia.gov.ec/noticias.asp?noid=11515&hl=true>
- Díaz, Mario. *Modelos educativos y pedagógicos*. Capítulo I . EN: Modelos educativos, pedagógicos y didácticos. Volumen I, Segunda edición, Enero de 2003. Ediciones servicios educativos del magisterio. Bogotá, 2003, pág. 1
- Fedorov F., *Andrei*. Siglo XXI, la universidad, el pensamiento crítico y el foro virtual. <http://www.rieoei.org/1218.htm>
- Flores Rafael. *Modelo Pedagógico*. EN: Modelos educativos, pedagógicos y didácticos. Volumen I, Segunda edición, Enero de 2003. Ediciones servicios educativos del magisterio. Bogotá, 2003, pág. 35.
- Fuentes Gonzales, Calixto Fuentes y Álvarez Valiente, Ilsa b. *Dinámica del proceso docente educativo de la educación superior*. Centro de Estudios de educación Superior —Manuel F. Granl. Universidad de Oriente, 1998. Santiago de Cuba.
- García Rabel, Margarita. *El desarrollo en la encrucijada, revista Economía y Desarrollo*, No.1 de 2006
- Graciarena, Jorge. *Poder y clases sociales en el desarrollo de América Latina*, Paidós, Argentina, 1976, p. 20.
- Informe sobre el desarrollo mundial. El conocimiento al servicio del desarrollo. Banco Mundial, 1998-1999, pág.3.
- Jiménez, Jaime y Escalante, Juan Carlos. *Nuevas respuestas a la globalización de la investigación científica*. (Octubre, 2008). (Vía Internet) . http://www.ocyot.org.co/esocite/Ponencias_ESOCITEPDF/ISA101.pdf

- López Segrera, Francisco. *América Latina y el Caribe: Globalización y Educación Superior*. Pág.18 (Octubre, 2008). (Vía Internet) .
[.http://www.riseu.unam.mx/documentos/acervo_documental/txtid0013.pdf](http://www.riseu.unam.mx/documentos/acervo_documental/txtid0013.pdf)
- Llamas Cascon, Ángel. *Nuevos temas a que se enfrentan las Instituciones de Educación Superior (IES) en estos tiempos*. Ponencia presentada en el Seminario internacional acerca de las nuevas Instituciones de Educación Superior (IES) a fines del siglo XX (1996).
- Microsoft ® Encarta ® 2008. © 1993--2007 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
- Sunkel, Osvaldo y Paz, Pedro. *El Subdesarrollo Latinoamericano y la teoría del desarrollo, siglo XXI*, México, 1980, Pág. 14
- Universidad Autónoma de Madrid. *Seminario de "Valoración de la transferencia de los resultados de la investigación"*. Octubre 2 de 2008 .
http://portal.uam.es/portal/page/portal/UAM_ORGANIZATIVO/OrganosGobierno/VicerrectoradoPlanificacionCalidad/Home/valoraciontransferencia
.Septiembre de 2008.
- Unesco, 1998. *Declaración Mundial sobre educación en el siglo XXI*, Santiago, Chile.
- Unesco, 1995. *Documento de política para el cambio y el desarrollo de la educación superior.*, Paris.
- Vásquez baquero, Antonio. *Desarrollo endógeno y Globalización. Artículo publicado en Madoery, Oscar y Vázquez Barquero, Antonio (eds.), Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local*. Editorial Homo Sapiens, Rosario, 2001. (Julio, 2008). (Vía Internet).
http://www.cedet.edu.ar/sitio/administracion/agenda/vazquez_barquero.pdf
- Vesuri, Hebe y Cetto, Ana María. *Pertinencia e impacto*. *Revista Interciencia*, mayo-junio 1999, vol 4, no. 3148-149.

La gobernanza ante el nuevo orden capitalista mundial

Cuahutli Alberto Cruz Belmont

Agustín Raymundo Vázquez García

Resumen

Este documento plantea la hipótesis de que la captación de la renta de los bienes no reproducibles, antes por el Estado, y ahora por el sector privado, explica las transformaciones de los términos de la soberanía estatal, lo cual ha dado lugar a una nueva forma de interrelación entre el sector privado y el sector público conocida como gobernanza.

La gobernanza ha signado nuevos términos en el manejo de los gobiernos que en un escenario de pérdida de soberanía, ha expuesto a los gobiernos locales ha convertirse en una especie de —empresarios que ofertan territorios para atraer inversión de capital dejando atrás las viejas concepciones sobre el rol del Estado en relación al desarrollo de sus territorios de referencia.

Palabras clave: renta, acumulación de capital, soberanía estatal, gobernanza.

Introducción

Este documento plantea la hipótesis de que la captación de la renta de los bienes no reproducibles, antes por el Estado, y ahora por el sector privado, explica las transformaciones de los términos de la soberanía estatal, que han dado lugar a una nueva forma de interrelación del sector privado con el sector público conocida como gobernanza.

Es la pérdida de la captación de la renta por parte del Estado más que las fallas de gobierno, la variable que consideramos explica las actuales transformaciones que han trastocado el significado de la administración pública, el principio del federalismo, y la comprensión de lo que se entiende por desarrollo.

El documento contiene cuatro secciones, en la primera sección se expone el argumento de la captación de la renta que justificó la presencia del Estado en la reproducción social, incluyendo la de la acumulación del capital, en la segunda sección se realiza un trazo telegráfico de las implicaciones sobre el territorio estatal, cuyas consecuencias ante la ausencia de la fuente de ingreso reportada por la renta en términos de la interacción privada-público se exponen en la tercera sección, y en la cuarta se vierten comentarios finales.

Debe mencionarse que el lector tiene un documento con una hipótesis que aún se está consolidando. Por ende, tiene en sus manos una primera versión, con la limitación de que se está realizando un análisis que no considera un caso de estudio específico, aunque la perspectiva bien resulta ser pertinente ahora que en México se ha aprobado una reforma energética, ya que dichos bienes son catalogados desde la perspectiva explicativa adoptada en este documento como parte de los bienes no reproducibles.

Mutación en la captación de la renta

Las tres fuentes del ingreso global, ganancia, salarios y renta, en el modo de producción capitalista se obtienen y distribuyen a partir de la combinación del régimen de propiedad privada, y del marco institucional formulado por la historia y el conflicto de clases.

La renta, como fuente de ingreso, fue considerada en los albores del modo de producción capitalista, como un obstáculo para la obtención de la ganancia y con ello la expansión de la acumulación de capital.

A juicio de David Ricardo, el diferencial de calidades de tierra para fines agrícolas, otorga a los propietarios de las tierras de mejor calidad, una fuente de ingreso nombrada como renta diferencial que es apropiada por la clase nombrada terrateniente. Dicha clase es considerada parasitaria, ya que carece de objetivo para perfeccionar y ampliar la operación de la producción de mercancías; aspecto que es considerado como la medida de la riqueza de las naciones (Klimovsky, 1985).

La apropiación del ingreso global generado por la clase terrateniente representa un obstáculo para la expansión de la riqueza, atentando en contra de las posibilidades de difusión del progreso que sólo están encarnadas por la clase capitalista, cuyo rol es catalogado como positivo, ya que esta clase perfecciona la operación del trabajo, a través de organizar el proceso productivo, garantizando la ampliación de las bases de la producción de las mercancías.

Se considera que la renta crece, a medida que el capitalismo se expande, ya que la frontera agrícola está disminuyendo, lo cual conlleva a una reducción de la apropiación del ingreso

global destinado a la acumulación de capital. Es decir, la renta es una categoría que resta poder de ampliación a la escala de operación del capitalismo.

En esta narrativa de la representación de la evolución histórica de la humanidad propuesta por el marco explicativo de David Ricardo, se presupone que las mejores tierras se utilizan en las etapas iniciales de la expansión del capitalismo, y que a pesar de que la masa salarial se mantenga constante a lo largo de la trayectoria del crecimiento, la tasa de ganancia, fuente de ingreso de los capitalistas, habrá de declinar hasta alcanzar un punto de extinción que colocará a la economía en un punto estacionario.

Dicho punto colocado en una fecha futura sobre la flecha del tiempo, contiene un argumento del colapso de la historia, ya que el progreso sólo está encarnado en la clase capitalista. A partir de esa figuración, Foucault (1971), considera a David Ricardo como el economista que introduce el pesimismo en la historia.

El argumento del estado estacionario encuentra como una solución la apertura comercial con la finalidad de subvertir el colapso de la historia que está representado por el estado estacionario. Sin embargo, en la fecha actual con el argumento ecologista, la lógica de la producción por la ganancia con intercambio comercial, se considera la explicación del posible punto de llegada al estado estacionario, no sólo por el hecho de que la renta sea apropiada por la clase parasitaria, sino por el reconocimiento de que los recursos naturales que se emplean como fuerza productiva en el marco del capitalismo son finitos.

No obstante la declaración de la finitud, se esgrime el argumento de la superioridad de lo artificial sobre lo natural, ya que se concibe que la ciencia formulada desde el raciocinio humano carece de límites. Este argumento conlleva a declarar que habrá soluciones a tal

finitud con lo cual se conjura la parálisis o el estancamiento de la producción, cuya causa es identificada en el agotamiento de los recursos naturales que arrojan un ingreso que los clásicos catalogan como renta.

En el siglo XIX, la vertiente del socialismo no marxista, o socialismo liberal, cuyos principales exponentes fueron John Stuart Mill, y León Walras, entre otros, establecieron un argumento que identificó el problema de la renta como un problema de distribución de la riqueza generada. Debido a que la renta tiene como su génesis las cualidades especiales de la naturaleza, y por ende, la existencia y cantidad como tal de los recursos que reportan renta no dependen del trabajo incorporado, dichos exponentes consideraron que ningún individuo debería apropiarse del usufructo generado por la explotación de tales recursos.

El usufructo por parte de un propietario privado es condenado porque los bienes generadoras de renta son considerados bienes no reproducibles. La contribución de la naturaleza a la generación de la riqueza debería ser distribuida de manera proporcional entre los activos creadores de la riqueza. La renta debe ser captada por la entidad que representa los intereses de la sociedad, que en el marco político de los confines del capitalismo, se encuentra en la figura estatal.

Dado que la reproducción social guiada por la lógica del capitalismo se reproduce a partir de la competencia, incluyendo la competencia entre los estados nacionales (Hirsch, 2001), la captación de la renta se convirtió en una norma de política con la finalidad de promocionar el desarrollo nacional, aplicando esa fracción del excedente de los bienes no reproducibles en la ampliación de las capacidades y de la competencia de las economías nacionales.

Mientras la categoría renta se considera en los albores del modo de producción capitalista como un obstáculo para la ampliación de la ganancia, el criterio —socialista o liberal-socialista, convirtieron a dicha categoría en una fuente potencial de crecimiento y bienestar, sobre todo en aquellos países que cuentan con una mayor dotación de dichos recursos dentro de sus territorios.

Por supuesto, la captación de la renta por parte de la entidad estatal no elimina del panorama la extinción de la renta en algún momento de la flecha del tiempo, ya que si el bien es no reproducible, la explotación de dicho recurso conllevará a su agotamiento, pero que cuya renta captada por el Estado, fungirá como bisagra para potenciar la frontera de posibilidades de producción de dichas economías. El —antiguo‖ discurso del desarrollismo reposa en este manejo de la renta por parte de la entidad que se figura como la proyección de los intereses públicos: el Estado.

Las explicaciones de las divergencias entre países y regiones del orbe destacan, que en la fase imperialista caracterizada por la colonización, la renta fue apropiada por los capitalistas de los centros imperiales, por medio del uso de la violencia, trastocando las posibilidades de generación de un desarrollo nacional autónomo que derivaron en los movimientos y luchas de liberación nacional, siendo uno de los ejes de tales luchas, la recuperación del usufructo que generan los bienes no reproducibles.

Sin embargo, desde el ángulo de la producción, la renta permite visualizar las penurias de quienes forman parte de la extracción de dichos recursos que en aras de la generación de un capitalismo nacional, fueron sacrificados para consolidar el futuro. El resultado de dicha elección intertemporal fue fallida, ya sea por la ausencia de un trazo pertinente de las élites

nacionales sobre el futuro o por la persistencia de un Estado nacional permeado por procesos de corrupción, que imposibilitaron un uso adecuado de la renta para insertar a los países nacionales en una trayectoria de crecimiento acorde a las modalidades de expansión del capitalismo.

Se expone a partir de la —enfermedad holandesa, el fracaso del uso de la captación de la renta por parte del Estado, debido a la ausencia de visión de la planeación estatal para ampliar la extensión del mercado hacia ramas y sectores de la economía como la manufactura que consolidan la generación del excedente global.

Aunado a lo anterior, surge en la década de los setenta del siglo XX, un discurso que declara la superioridad del sector privado en el manejo de los recursos, incluyendo a los bienes no reproducibles, al presuponer que los agentes dentro del marco gubernamental carecen de perspectiva de largo plazo, ya que son incapaces de asignar de manera eficiente y óptima los recursos, y también que la intervención del Estado desplaza la iniciativa de los agentes del sector privado. Estos son *grosso modo* los argumentos de la denominada corriente del pensamiento económico *public choice* catalogada como una versión moderna de economía política.

No obstante, a pesar de la ausencia de trabajo incorporado en la existencia y cantidad de los bienes no reproducibles que originan la renta; argumento que los economistas del siglo XIX utilizaron para otorgarle al Estado una relativa participación en la conducción de la economía, la distinción entre un bien reproducible y no reproducible, es considerada perimida recurriendo al criterio subjetivista de fallas de gobierno.

Incluso, si los bienes no reproducibles, cuyas condiciones técnicas de extracción y explotación conllevan a una estructura de competencia imperfecta de mercado, considerándose un aspecto adverso en el bienestar de la sociedad definida desde los consumidores, se presupone que los organismos reguladores son suficientes para alcanzar la maximización del excedente del consumidor a través del procedimiento de la iniciativa privada de discriminación de precios.

El ascenso del neoliberalismo se explica a través del uso de dicho discurso, que ha conducido al desmantelamiento de la acción estatal en la reproducción social, y que ha traído consigo como uno de los principales hechos estilizados de la era neoliberal que el ingreso y la riqueza se hayan concentrado.

El —regalo de la naturaleza‖ ahora captado por la propiedad privada se ha naturalizado en la fase del neoliberalismo con el argumento de la superioridad del sector privado en el manejo eficiente de los recursos destacando que ello soterra la iniciativa individual, y con ello el egoísmo; virtud exaltada por la doctrina del liberalismo, y que ratifica la incrustación del significado político que subyace en el capitalismo.

Se esgrime el argumento de que toda lógica de reproducción individual apoyada por la transferencia de recursos del Estado conduce a conductas de —gorrón‖ que afectan la capacidad productiva de la economía.

Lo que no se dice es que la actual hegemonía de la propiedad privada sobre la reproducción social, incluyendo el manejo de los recursos naturales, no es el resultado de un proceso de generación espontánea, sino de un largo proceso caracterizado por la planificación desde y

por la clase capitalista para dismantelar la propia capacidad del Estado en el manejo de los recursos.

Esto se puede verificar por medio del análisis de la participación de la inversión pública como porcentaje del PIB, donde se destaca la drástica reducción de dicho indicador en la mayor parte de los países del orbe a partir del ascenso del neoliberalismo. Obvio, ello impacta de manera directa en la posibilidad de gestión intertemporal de la propiedad pública, destacando que gran parte de los ingresos estatales provienen de los bienes no reproducibles que en el marco teórico de los economistas clásicos es considerado como fuente de renta.

Así, se imposibilita la sobrevivencia de la reproducción productiva de la propiedad estatal, lo cual explica la pérdida de eficiencia en el manejo de los recursos por parte de dicha entidad. Pero es una planeación inducida que dismantela toda posibilidad de ejercicio eficiente en la creación y distribución de los recursos.

Ese dismantelamiento que en sí no conlleva a un manejo corrupto de los recursos, sino que es más una característica del régimen político que de la administración desde lo público, explica la enajenación de las empresas paraestatales. Así que el argumento de la superioridad de lo privado respecto a lo público se realiza de manera ex post al proceso de dismantelamiento de la actividad productiva pública.

Por lo anterior, los organismos públicos se caracterizan por el rezago tecnológico, argumento que esgrimen los neoliberales para declarar la superioridad de lo privado sobre lo público, ya que la empresa pública-estatal no es capaz de adecuarse a las condiciones tecnológicas cambiantes propiciadas por la competencia en un mercado mundial capitalista.

Este argumento de planeación desmanteladora de lo estatal se puede ratificar por medio del análisis de la evolución del indicador de gasto público como porcentaje del PIB. Si no se captan ingresos a través de la renta de los bienes no reproducibles, el Estado incurre en un déficit que para corregirse requiere de la implementación de programas de austeridad. Se declara una vez más que la propiedad estatal es una fuente de manejo de recursos ineficientes que de proseguir la acción paternalista expresada en el aumento del déficit gubernamental conducirá al colapso de la armonía a causa de la inflación que genera dicho déficit. Así se declara que la renta como categoría de ingreso captada por el Estado, no tiene consistencia. Dicha fuente de ingreso debe ser trasladada a la iniciativa de los capitales nacionales, transnacionales y multinacionales, para que se haga un uso eficiente y óptimo de los recursos.

A lo largo de cuatro décadas de neoliberalismo como ideología dominante, la acción estatal en cualquier rama productiva, o en cualquier esfera de incidencia sobre la reproducción social, se ha desprestigiado.

La historia particular de México, que se le considera una historia ligada a la lucha y defensa de la tierra como propiedad colectiva (Tutino, 2011), se explica de igual manera como una fuente de rezago productivo que sólo será superado a través de la acción del criterio de la propiedad privada que obligará a que las decisiones de los sujetos rurales muten hacia la incorporación de la ganancia en su hacer.

Ahora con el estrecho margen de lo público-estatal frente a una creciente participación de lo privado en la reproducción social signada estrictamente por los términos de la ganancia, se percibe de manera diáfana la perspectiva de determinación de lo privado sobre los

confines de la vida misma. Para el caso de México se pretende borrar todo vestigio de su pasado colectivista en aras de modernizar al país y superar los distintos rezagos en materia social.

El manejo de la renta por parte del Estado que varía dependiendo del país y del periodo histórico, ha tenido en común para el caso mexicano, cierto manejo equívoco de dicha renta, ya que se utilizó para consolidar la estructura política del partido que gobernó durante 70 años. Sin embargo, la existencia de ese hecho no niega de ninguna manera la posibilidad de que la renta captada por un organismo público sea utilizada de manera adecuada para fines sociales que contribuyan a la promoción de los valores de la igualdad y mejoramiento de las capacidades humanas.

Implicaciones territoriales y Gobernanza

La separación del ingreso proveniente de los bienes no reproducibles por parte del Estado, ha traído consigo modificaciones en la estructura organizacional al interior de la administración pública, pero sobre todo, orienta la acción de la territorialidad del Estado hacia otros términos.

Destaca como parte de esa transformación, que con el desmantelamiento de la captación de la renta proveniente de los bienes no reproducibles, el Estado se haya convertido en una especie de —empresal que está buscando captar recursos para lograr reproducirse, y sobre todo, adquirir legitimidad como instancia de reproducción de algunas condiciones sociales, en particular aquellas relacionadas con el combate a la pobreza, y al mantenimiento de cuerpos de seguridad como las fuerzas militares y policiacas.

Dicha ausencia de ingresos provenientes antes de la propiedad estatal del usufructo de bienes no reproducibles, explica que el Estado realice acciones de pinza con el sector privado en rubros que los libros de texto nunca consideraron como parte de la iniciativa del sector privado; me refiero a la provisión de los bienes públicos. En ese sentido, el desmantelamiento centralizado que se explica por la renta captada por el Estado ha dado lugar a una reorganización de la administración gubernamental en la que se destaca la federalización que ha dado lugar a la incesante promoción de los territorios desde la escala local.

Es decir, que el territorio nacional se ha fragmentado de tal manera, que los gobiernos locales fungen como captadores de capitales nacionales o extranjeros, con la finalidad de captar recursos, y además cubrir aquellas necesidades que antes la renta apropiada por el Estado centralizado captaba a través del reconocimiento constitucional de la propiedad estatal sobre los bienes no-reproducibles.

Esto explica que haya emergido un discurso sobre la relevancia de lo —glocalll que se caracteriza a grandes rasgos por la presentación del territorio como un elemento más a explotar por parte del capital nacional y/o extranjero. Para ello, los gobiernos locales se abocan a convertirse en promotores de sus respectivos territorios con la finalidad de atraer dichos capitales, siendo una de las condiciones que más enfatizan, la presencia en lo local de condiciones de seguridad de la inversión, y de condiciones que minimizan los costos de ejecución de los proyectos de inversión.

Esta lógica explica que los gobiernos locales orientan su acción hacia la búsqueda, y generación de un territorio que está bajo su jurisdicción, propicio para ser capitalizable, y

con ello hacerle promoción en las ferias de negocios. Así se trastoca la vieja configuración territorial donde el sistema de relaciones internacionales estaba configurado a través de la sumatoria de los estados nacionales, mientras que ahora se tiene la presencia de una especie de configuración reticular donde las fronteras como tales no son significativas. De ahí que se diga que la base de la economía mundial no está más soportada por los estados-nación, sino por las ciudades globales que marcan nuevos criterios de gestión. (Una introducción a dicha literatura se puede encontrar en Vázquez, 2002).

La Gobernanza como nueva gestión de lo público-privado

La lógica de acción que los gobiernos persiguen en pro de una sintonía con el orden mundial se expresa en los nuevos criterios adoptados por aquellos estados-nación que disminuidos y arrinconados a poner en práctica nuevos paradigmas organizativos; convertidos en una especie de aparato administrativo gubernamental sin la cualidad de expresar su poder a escala global característica que daba formalidad al ya desgastado concepto de *soberanía*.

La gobernanza como nuevo paradigma administrativo emergente buscando adecuar la estructura organizacional de los gobiernos a la nueva lógica de acumulación no sólo le da un sentido diferente a la forma de gobernar, modifica los límites del par público-privado. Hablar del ámbito público y privado es reconocer las diferentes transformaciones que históricamente ha experimentado cada una de las partes que componen este par que por un lado vendrían a formar parte del entramado de lo que ahora se conoce como moderna administración pública; y que por otro lado, se convertirían en el conjunto de

organizaciones o de ámbitos de acción de lo que se conoce como privado. En tal sentido habría que reconocer tres ámbitos de la vida: el político, el social y el económico.

Las transformaciones de este par en términos generales podría decirse que responden principalmente a tres influencias: las necesidades sociales, las necesidades políticas y, las necesidades económicas, todas en sus dimensiones, tanto interna como externa; siendo éstas las que históricamente han venido determinando los límites del par público-privado. Estas influencias van creando sus propios estadios, construyendo normas formales e informales, organizaciones, reglas de operación, etcétera; y además a su vez generan relaciones políticas entre los diferentes integrantes de la sociedad.

Sin ser determinantes se intuye que la configuración del Estado, y en preciso el latinoamericano en cada momento histórico, responde a la politización de las necesidades políticas, sociales y económicas, agregando aquí la creciente influencia externa que persiste sobre los países latinoamericanos, en el contexto capitalista de globalización.

Siguiendo lo que señala Moreno (1985: 4) acerca de que —El desempeño de la estructura gubernamental depende de una secuencia y articulación de comportamientos de acuerdo a determinado marco normativo [...], podemos decir que la capacidad directiva del gobierno, depende de las articulaciones que se den en este conjunto institucional de organizaciones; además que sus alcances y límites, darán la pauta para la participación de aquella sociedad que se muestra interesada en formar parte del proceso deliberativo y en la construcción y reproducción de sus ámbitos y sus entornos.

Los efectos que se pueden recoger de la gobernanza sobre el par público-privado, podrían resumirse en estas dos condiciones: *la capacidad directiva del gobierno y la capacidad*

participativa de la sociedad. Las dos condiciones a las que se remite la configuración de los límites del par público-privado se explicitan en la necesidad de reinención de la democracia que Boaventura señala, tiene su meta-relato en el Contrato Social pero moderno; el cual bajo sus criterios de —inclusión/exclusión fundamentan la legitimidad de la contractualización de las interacciones económicas, políticas, sociales y culturales (Dos Santos, 2006: 9), siendo importante reinventar los criterios que por un lado ayudarían a generar una sociedad con la capacidad de participar, por medio de la vía institucional y que, también esté lo suficientemente habilitada para no depender totalmente de los mecanismos generados por el conjunto institucional de organizaciones del Estado, y pueda no sólo participar sino cooperar; y por otro lado, la capacidad directiva del gobierno se vería afectada positivamente, pues la actualización del contrato social supone la creación y reestructuración de las relaciones políticas que presupone la Administración Pública, relaciones políticas más adecuadas, a decir.

El espíritu del cual emanan las diferentes relaciones necesarias para la concreción, tanto de la dirección como de la participación, en el gobierno como en la sociedad, en la sociedad política y la sociedad civil: en lo público y lo privado; en todos los casos proviene de la Constitución Política de cada Estado. Los procesos históricos en los cuales se llevan a cabo las transformaciones dentro del ámbito público-privado, han venido a conformar como ahora conocemos a la administración pública moderna, el ejemplo mexicano de la Constitución de 1917 muestra cómo es que se crean dos tipos de relación social: las relaciones públicas administrativas y las relaciones civiles administrativas. Pues como bien describe Guerrero (1989: 216):

—El Estado de derecho proclama, como forma básica de su existencia, los derechos del hombre y los derechos del ciudadano. Tal proclamación supone que ambas formas de derecho se refieren, por un lado al hombre como persona individual, y por otro al hombre como ciudadano o miembro del Estado. Esta disociación explica, en buena medida, las relaciones civiles como propias de las personas y las relaciones públicas como propias de los ciudadanos. Cuando la actividad del Estado se lleva a cabo sobre las primeras, ellas se llaman relaciones civiles administrativas; cuando lo hace sobre las segundas, se denominan relaciones públicas administrativas.l

En tal sentido, es necesario reconocer la reorganización de la sociedad como Estado, en sus dos caracteres, el público y el privado; como determinantes de la dimensión directiva y participativa en la gobernanza.

La tarea de explorar la forma en que los diferentes paradigmas administrativos reconfiguran cada estadio de la vida cotidiana se completa al desarrollar el planteamiento del problema de la gobernabilidad y la gobernanza asociándolo con el esquema de acumulación de capital que le corresponde históricamente.

El tema que se asocia al quehacer y desempeño del gobierno se puede trazar en dos líneas se desarrolla un planteamiento distinto del problema, que en consideración a los elementos teóricos y prácticos arrojan también, diferentes respuestas. La gobernabilidad en términos generales podría decirse que tiene un enfoque puramente *gubernamental* del cual se deriva la capacidad o incapacidad de un gobierno para dirigir a su sociedad, reconociendo a esta última como una realidad ingobernable propensa al desorden, el conflicto y la inseguridad; una sociedad que como condición reproductiva necesita reorganizarse en forma de Estado (Aguilar, 2007: 4). Lo último significa que la sociedad *per se* se considera un problema que

para ser resuelto debe reorganizarse, es decir la capacidad de dirigir a su sociedad de un gobierno depende de los reajustes en la organización como Estado.

Una sociedad proclive al conflicto, el desorden y la inseguridad necesita en principio una base institucional que asegure la organización de una forma justa conjugando el principio de equidad, ergo democrática. Esta *base institucional* o *conjunto institucional de organizaciones* como Brachet Márquez (1982: 18) le llama, acompañada de las normas formales e informales que resultan de los reajustes de la *estructura social*, considerando a esta última como Adelantado (2000:29) propone como:

—el conjunto de los modos en que las prácticas de grupos e individuos están organizadas (instituciones) y relacionadas entre sí (procesos sociales), de manera que se crean unos ejes de desigualdad que configuran la identidad de esos individuos y grupos, así como los cursos posibles de la acción social (individual y colectiva). Dicho de otro modo, la estructura social sería la configuración de instituciones, reglas y recursos que atribuye condiciones de vida desiguales a las personas en un momento y un lugar determinados. |

La gobernabilidad que le corresponde el esquema de acumulación conocido como Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI) que tuvo como objetivo fundamental orientar a los países latinoamericanos a un proceso de despegue y modernización del sector industrial partiendo de acciones que generen sinergias para la modernización productiva resultando en un crecimiento. Con una proyección a largo plazo la ISI se convirtió en un factor central para acelerar del proceso de acumulación que pretendía eliminar la asimetría en la estructura productiva de estos países lo que tiene como resultado una disminución relativa de la población rural concentrando la actividad en los centros urbanos y expandiendo las ciudades convertidas en polos de atracción. La táctica

básica fue la protección e impulso del desarrollo industrial dirigido por el Estado en sectores estratégicos y la creación de infraestructura básica fueron acciones clave en este esquema. (Flores, 2010: 33-35)

La gobernanza responde a una nueva forma de *dirigir* considerando al gobierno como un nuevo agente de dirección necesario pero no suficiente que a diferencia de la gobernabilidad, en donde se concibe al gobierno como un agente que si se dota de las capacidades y recursos necesarios, sea posible realice un papel directivo que podrá eliminar esos vicios consustanciales de la sociedad. En este enfoque no es suficiente la legitimidad, ya que las acciones realizadas por la administración pública incluyen dimensiones financieras, técnicas y gerenciales en suma al papel que desempeñan las organizaciones no gubernamentales, en un contexto donde el gobierno es pensado como un agente disminuido y falta de capacidades para dirigir, y por añadidura que necesita la intervención de otros agentes que suplan los déficits de la actividad gubernamental. (Aguilar, 2007: 6-7) Lo anterior no sólo significa, acciones por parte del gobierno sino también incluye la participación de otros agentes políticos, dentro de la estructura social. Significando el paso de un gobierno monolítico a un Estado dotado de una estructura política-administrativa bidireccional reconociendo el margen de maniobra, influencia y pesos específicos de cada agente dentro esta nueva relación gobierno-sociedad.

Referirnos a la existencia concepto único de gobernanza, sería algo impreciso pero sí podemos hablar de la existencia de elementos comunes dentro del debate académico sobre tal tema pues como menciona Bassols (2011: 10) la interdependencia o asociación; el juego de actores, empresarios y miembros de la sociedad civil incluidos; las redes no jerárquicas; la prevalencia del diálogo y la concertación en vez del conflicto; la corresponsabilidad; y la

descentralización en la toma de decisiones son elementos comunes que se incluyen en el debate del concepto. A estos podríamos añadir características que condensa este nuevo proceso de dirección como la interlocución entre sectores y grupos sociales y el gobierno, la estructura institucional y técnica, la acción colectiva, además del peso y la influencia que tienen los agentes que intervienen en el proceso de la gobernanza. (Aguilar, 2007: 7-8)

Como se menciona al principio, cada uno de estos enfoques, se percibe al gobierno como capaz de solucionar los problemas relativos a la dirección efectiva de la sociedad, en términos de una sociedad no cooperativa y plagada de conflicto, para el enfoque de la gobernabilidad y; por otro lado, a un gobierno falto de las capacidades directivas y de control, en donde la sociedad y en preciso sus estratos, se perciben como participativos, con pesos específicos y hasta cierto punto, generadores de un proceso deliberativo que lleve al gobierno hacia estadios cada vez más positivos en cuanto a la gobernanza.

La apertura comercial como esquema productivo emergente que corresponde históricamente al paradigma administrativo de la gobernanza se inserta con el argumento de descalificación a de mala dirección del gobierno, procesos costosos y distorsiones provocadas por la ISI, el propósito fundamental era obtener beneficios de participar en la dinámica comercial global de mercado a través de la división internacional del trabajo. La visión de un mercado con la capacidad de autoegularse le dio un especial atractivo a este nuevo esquema se lograría un buen desempeño industrial a partir de elementos como a tecnología, la organización, la consolidación empresarial y el aprendizaje. Lograr estos objetivos dependía de la apertura y desregulación de las economías éstas además servirían de impulso para la creación de nuevos sectores líderes, las unidades de acumulación de capital, enlaces productivos hacia atrás y adelante. (Flores, 2010: 45-47)

Entendiendo a la gobernabilidad como un elemento que conforma a la gobernanza, es impensable no retomar elementos de una en la construcción del *corpus* lógico de la otra, es por ello que la consideración de lo relativo a la reorganización de la sociedad como Estado, es importante tomar en cuenta las transformaciones que éste experimenta a través de los diferentes momentos socio-históricos no sólo por la influencia del contexto histórico sino también por lo que supone la reorganización de la sociedad, pues el hablar de esto nos remite a las transformaciones de los límites del par público-privado, que como metáfora analítica traslada el análisis del marco de acción del gobierno y de los demás agentes de peso en la sociedad hacia las transformaciones del Estado.

Otro elemento que hay que revisar es la visión de aquella sociedad que pasa de ser un ente que se caracteriza por el conflicto y la limitada capacidad de autorganizarse y gobernarse a sí misma, a ser una sociedad preparada y dispuesta a participar, y emprender la marcha de acciones que suplan el papel y la actividad gubernamental. Esto sin significar que en la práctica suceda así pero sí reconociendo en el concepto la capacidad participativa, junto con aquella interdependencia y corresponsabilidad en un contexto donde ya se incluye a la sociedad. Este nuevo carácter deseable de la sociedad que ayudaría a fortalecer la relación política entre los diversos actores, por un lado el fortaleciendo de la democracia y por el otro el crecimiento económico. De tal suerte, las organizaciones sirven de puente para que la sociedad llegue a convertirse en aquel *ideal* en el que se pretende colocar, para el desarrollo de una buena gobernanza; siendo el conjunto institucional de organizaciones del Estado, un elemento clave para el fin de <<habilitar para participar>>.

La relación entre democracia y desarrollo se establece como Canto (2007: 8) lo menciona: -el desarrollo como propiciador de las condiciones sociales básicas que se requieren para el

ejercicio cabal de los derechos de ciudadanía; la democratización tiende a incrementar los rendimientos de gobierno, vía la captación de la demanda social de manera más efectiva y por el control sobre el ejercicio de recursos públicos por la autoridad.¶

La reflexión se puede describir de forma esquemática como se muestra en la Tabla 1, tomando en cuenta cada elemento relevante en la discusión.

Tabla 1. Elementos analíticos de los esquemas productivos

Esquema productivo	Paradigma administrativo	Paradigma económico	Actores	Instituciones	Proceso de configuración espacial
Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI)	Gobernabilidad	Estado benefactor	Gobierno, sociedad	Estado, soberanía, trabajo,	Conversión rural a urbana, formación de centros económico-políticos

Apertura económica y desregulación	Gobernanza	Neoliberalismo	Gobierno, sociedad civil, empresas, organizaciones supranacionales	Mercado, relaciones internacionales, división internacional del trabajo, instituciones financieras internacionales	Creación de redes globales de intercambio, conversión del territorio por procesos asociados a la división internacional del trabajo, ciudades globales
Fuente: elaboración propia					

Conclusiones

La reconversión productiva que las economías como la mexicana han experimentado a lo largo de su historia como resultado del agotamiento de las estructuras productivas que sostienen la lógica de acumulación, tiene implicaciones en diferentes ámbitos de la vida cotidiana. Lo público y privado van dibujando sus límites en tanto los reacomodos de los diferentes esquemas de acumulación de capital; límites que determinan los marcos de acción de cada uno, no formando fronteras en tanto a las esferas, sino limitado la capacidad de maniobra del gobierno por un lado, y habilitando los ámbitos de intervención del sector

privado, con lo cual se dejan huecos en ciertas actividades que producen una emergencia asistida por la aparición del sector social de la economía. Se presupone que el carácter solidario y recíproco del sector social queda fuera del espíritu lucrativo y eficientista de las empresas; el gobierno desarticulado y deshabilitado no tiene más injerencia.

El ideal que trae consigo la gobernanza sobre una sociedad participativa se diluye entre los efectos adversos que la apertura comercial y la desregulación han generado: pobreza, inequidad, marginación, y migración, entre otros. Sin embargo, dichas características que presentan la mayoría de los sectores de la población, también denominado sector popular, se concibe que conducen a la generación de atributos de cooperación que desembocan en la explicación de procesos de autoorganización y gestión de recursos, reflexión que sólo oculta la verdadera causa de la situación de los sectores populares.

La actual fase de acumulación capitalista en la cual los estados-nación han perdido toda señal de soberanía debido a la dinámica que el mercado impone en los ámbitos social, político, económico y cultural, principalmente mediante la división internacional del trabajo, ha venido a transformar el paisaje y territorio, ya sea rural y urbano; destacando que se han creado centros político-económicos cada vez más sofisticados, y territorialmente hablando, cada vez más grandes, ya que la población rural migra hacia las ciudades hasta transformar el entorno.

En dicho proceso de migración, la planeación del desmantelamiento del Estado-Nación, que aquí hemos identificado a través del retiro de la captación de la renta de los bienes no-reproducibles por parte del Estado para ser captado en la fase neoliberal por el sector privado, explica que los flujos de personas, bienes y servicios, e información, se presenten

de manera dual, reflejando las condiciones de reproducción propias de las leyes que propulsan al capitalismo.

Bibliografía

- Adelantado, et al. (coord.) (2000). —Cambios en el Estado de Bienestar. El marco de análisis: las relaciones complejas entre estructura social y políticas sociales, Barcelona: Antrazyt/Icaria.
- Aguilar, Luis (2007). —El aporte de la Política Pública y de la Nueva Gestión Pública a la gobernanza, *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, No. 39, Caracas.
- Bassols, Mario (2011). —Gobernanza: una mirada desde el poder en Gobernanza: Teoría y prácticas colectivas, Anthropos Editorial, México.
- Canto, M. (coord.); et al. (2007). —Nuevos Enfoques y, nuevos actores del desarrollo social, CONACYT, UAM.
- De Sousa Santos, Boaventura (2006). —Reinventar la democracia. Reinventar el Estado, CLACSO, Buenos Aires, Argentina.
- Flores Salgado, José (2010). —Cambio estructural e integración regional de la economía mexicana. Un estudio de desintegración industrial, *Colección Teoría y análisis*, UAM-Xochimilco, Juan Pablos Editor, México.
- Foucault, Michel (1971). —Las palabras y las cosas, Siglo XXI, caps. VI Y VIII.
- Guerrero, Omar (1989). —El Estado y la Administración Pública en México. Una investigación sobre la Actividad del Estado Mexicano en Retrospección y Prospectiva, INAP, México.

- Hirsch, Joachim (2001). -El Estado Nacional de Competencial, Editorial UAM-X.
- Klimovsky, Edith (1985). -Renta y ganancia en la economía política clásicall, Editorial UAM-A, México.
- Márquez Brachet, Viviane (1982). —La producción y reproducción de la sociedad: una perspectiva organizacionall, Artículo presentado en el X congreso Mundial de Sociología, Ciudad de México, del 16 al 21 de agosto de 1982.
- Moreno, Pedro (1985). -Políticas públicas y racionalidad administrativall, CIDE, México.
- Stuart Mill, John (1978). -Principios de Economía Políticall, FCE, México.
- Tutino, John (2011). —Capitalismo global, Estado Nacional y los límites de la revolución: tres momentos clave en el siglo XX mexicano, en *Foro Internacional*, COLMEX, Vol. LI, No. 1, pp. 5-40.
- Vázquez García Agustín Raymundo (1999). —Transformaciones productivas y territoriales de la Cd. De México: de la ciudad fábrica a la ciudad global fragmentadall. Tesis de licenciatura en economía. UAM-A.
- Walras León (2008). —Teoría de la propiedad, en *Revista Economía Institucional*, Vol. 10, No. 18. pp. 345-376. Colombia.

Comercio digitalizado y la ventanilla digital mexicana de comercio exterior para el

2014

Angélica Gómez Yáñez

Profesora de Comercio Exterior- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen

El intercambio comercial que actualmente se vive a nivel mundial, demanda fuertes cambios y acciones legales que faciliten el comercio exterior en nuestro país, considerando que este reto lo enfrentan las aduanas en todo el mundo, México ha implementado nuevos mecanismos de modernización, mediante el uso de tecnologías de la información y comunicación que, dentro de su Sistema Electrónico Aduanero ha vinculado para este 2014, con lo que se pretende detonar el desarrollo y crecimiento económico del país, logrando un flujo comercial más ágil y efectivo; teniendo como base referencial la integración de la Estrategia Digital Mexicana del Gobierno Federal, de la cual se desprende el uso obligatorio de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior.

Palabras clave: Comercio exterior, Aduanas, Tecnologías, Ventanilla Digital

México digital: impacto y desarrollo para el comercio exterior en el 2014

La evolución del comercio internacional a nivel global, actualmente demanda fuertes cambios y preparación especializada de quienes forman parte de este importante movimiento económico, el intercambio de productos y servicios que se lleva a cabo todos los días en las diferentes aduanas del mundo, ha sido motivo suficiente para diseñar y

emplear nuevos sistemas de control que dinamicen y brinden certeza jurídica a esta importante actividad; ordenar y unificar los diferentes criterios normativos y logísticos que cada país maneja en sus operaciones de comercio exterior, deberán tener como objetivo principal facilitar y garantizar su comercio a nivel mundial, este es el escenario detonante que se presenta desde la década de los 90' dentro de lo que hoy conocemos como globalización comercial y estandarización de mercados.

Sirva de inicio y antecedente el párrafo anterior para enmarcar y puntualizar que para México, como parte de su desarrollo y crecimiento económico, representa nuevos retos y mejores oportunidades la implementación de nuevas tecnologías de información y comunicación que agilicen y faciliten los diversos trámites y servicios que necesariamente se demandan de la administración pública federal, para el cumplimiento y certeza jurídica en el desarrollo y práctica comercial internacional que día a día es necesario realizar para nuestras operaciones de comercio exterior, más aún cuando países con las mejores prácticas comerciales ya cuentan con herramientas y sistemas tecnológicos que les permiten tener un eficiente control en sus operaciones comerciales.

Las diferentes líneas de acción implementadas por el gobierno federal para dar respuesta y apoyo a los compromisos de comercio internacional que hemos contraído, han sido consideradas dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, dentro de este se ha contemplado la Estrategia Digital que moverá al país durante los próximos años, beneficiando no solo al comercio exterior, ya que también impactará y mejorará a todo el país en el uso y manejo de información y trámites que necesiten realizar frente a las diferentes entidades gubernamentales dentro de su respectivas competencias, por lo que el alcance y proyección de ésta, se plantea con fines ambiciosos pero muy necesarios.

Cabe mencionar que para la instrumentación y seguimiento metodológico de la presente investigación fue necesario retomar los diferentes lineamientos normativos que dan soporte y sustento a este tema, que por muy controversial que parezca, es necesario abordar la esencia y fuente jurídica de la que emanan los principales cambios que se realizaron a la Ley Aduanera 2014, y que para entenderlos, fue necesario revisar detalladamente los elementos normativos que inicialmente permitieron la implementación la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior (Decreto del 14 de enero de 2011), en la que su uso no era obligatorio, apareciendo su uso obligatorio a partir del 2014 dentro de la Ley Aduanera vigente.

Por lo que fue necesario reproducir de manera parcial el documento normativo que es publicado por el gobierno de la República, así como, los diferentes Decretos que sustentan en su literalidad todo lo que se plantea en el desarrollo de la presente investigación, sin embargo, cabe hacer mención que solo se tomaron las partes que se involucran en el tema a tratar, dejando el resto del documento sin mencionar por no ser estrictamente necesario; básicamente se utiliza la parte que establece, describe, ordena y regula el Comercio Digital, objeto de este tema.

El 10 de junio de 2013 se promulgó el Decreto de Reforma a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de Tele Comunicaciones y Competencia Económica.

Esta Reforma fomenta la competencia y la inversión, todo esto permitirá mayor disponibilidad y calidad en los servicios de telecomunicaciones, a menor costo.

Estableciendo la obligación que tiene el Estado de garantizar a los mexicanos el derecho de acceso a las Tecnologías de la información y Comunicación (TIC).

Bajo este contexto, el Gobierno Federal implementa La Estrategia Digital Nacional, dicho documento direccionará las acciones y políticas necesarias para acercar las TIC a la población, incorporando éstas a la vida cotidiana de las personas, las empresas y del propio gobierno.

La Estrategia Digital Nacional, que será coordinada desde la Presidencia de la República, será clave para democratizar el acceso a instrumentos como Internet y Banda Ancha, logrando una mayor inclusión digital, que permita contar con ciudadanos mejor informados y más participativos; con micro, pequeñas y medianas empresas más eficientes y productivas.

Este derecho de acceso a las TIC, será un detonante para el desarrollo económico del país, permitirá mayores oportunidades y mejores condiciones de vida para sus habitantes.

La Estrategia Digital Nacional, —México Digitalll, es el plan de acción que el Gobierno de la República implementará durante los próximos años, esta surge en respuesta a la necesidad de aprovechar el potencial de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) como elemento catalizador del desarrollo del país.

La evidencia empírica ha mostrado que la digitalización impacta en el crecimiento del Producto Interno Bruto, la creación de empleos, la innovación, la transparencia y la entrega efectiva de servicios públicos, entre otros aspectos.

La política digital que el Gobierno de la República ha emprendido, surge en el marco del *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*, ya que forma parte de la estrategia transversal -Gobierno Cercano y Moderno.

La Estrategia plantea los desafíos que México enfrenta en el contexto digital y la manera en la que se les hará frente, a través de cinco grandes objetivos: 1) Transformación Gubernamental, 2) Economía Digital, 3) Educación de Calidad, 4) Salud Universal y Efectiva, y 5) Seguridad Ciudadana.

Para cada uno de los cinco objetivos de la Estrategia Digital Nacional, se plantean cinco habilitadores clave como herramientas transversales: 1) Conectividad, 2) Inclusión y Habilidades Digitales, 3) Interoperabilidad, 4) Marco Jurídico y 5) Datos Abiertos.

También establece objetivos secundarios y habilitadores necesarios para transitar a un México Digital, y se convertirá en el documento de referencia para todas las políticas públicas que implemente el Gobierno de la República para promover la digitalización en México.

Por otro lado y de acuerdo con el índice de digitalización establecido en el *Programa para un Gobierno Cercano y Moderno*, publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 30 de agosto de 2013, México, se encuentra en la última posición en digitalización entre los países de la OCDE, y en la quinta posición en América Latina, con un valor de 37.05 puntos para el año 2011. A partir de tal escenario, se establece el objetivo de la Estrategia Digital Nacional.

La estrategia transversal del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, —Gobierno cercano y moderno‖ señala como una de sus líneas de acción: —Establecer una Estrategia Digital Nacional‖ para fomentar la adopción y el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, e impulsar un gobierno eficaz que inserte a México en la Sociedad del Conocimiento. (Estrategia Digital Nacional Gobierno de la República, 2013)

La Estrategia permitirá una coordinación y colaboración transversal de todas las dependencias e instituciones que componen el Estado Mexicano, logrando así una eficiente interoperabilidad entre las diferentes entidades gubernamentales, considerándola como la arquitectura digital de la Administración Pública Federal, diseño informático estructural que era ya indispensable para el manejo eficaz del comercio exterior en nuestro país.

El carácter de obligatorio de estas líneas de acción de la Estrategia, se publicó en el DOF el 30 de agosto de 2013, en el Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018, señalando en el —Objetivo 5: Establecer una Estrategia Digital Nacional que acelere la inserción de México en la Sociedad de la Información y del Conocimiento. (Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018, 2013)

Dando respuesta a los cuestionamientos sobre, dónde estamos y hacia dónde vamos en materia de digitalización, señalando en éste apartado los objetivos que la Estrategia traza para el país, en conjunto con los cinco habilitadores que constituyen el marco estructural del documento.

La adopción y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se han incrementado en gran parte de las sociedades contemporáneas. La incorporación de las TIC a la vida cotidiana fue lenta en un inicio, debido a los altos costos y a la poca penetración de las redes. Sin embargo, conforme las tecnologías han mejorado y reducido sus costos, se ha propagado su uso a nivel mundial; el rápido crecimiento de la banda ancha, han promovido que el flujo de ideas y de mercancías se dé en un entorno global; El comercio exterior y los compromisos comerciales que el país enfrenta con sus socios comerciales, demandan mejores prácticas para la movilización y despacho de mercancías, bajo este

escenario y como parte del desarrollo y modernización que el gobierno federal ha implementado en su estrategia digital, se espera mayor certidumbre jurídica y eficiencia en la actividad comercial internacional que actualmente se vive, a pesar del débil crecimiento económico mundial en los últimos años, la digitalización aportó 200 mil millones de dólares en la producción mundial y creó cerca de 6 millones de empleos, durante 2011.

La digitalización contribuye al crecimiento económico y genera empleos como resultado de mejoras en la productividad de las empresas y la creación de nuevas industrias, impulsando la adopción de nuevos métodos más eficientes de producción que detonen la economía del país.

Es importante hacer mención que la digitalización está altamente relacionada con la innovación y también fomenta el uso más inteligente y ecológico de los recursos humanos, naturales y económicos, considerando esto como una aportación de compromiso social a nivel internacional para el cuidado del planeta, esto nos permite entender los cambios que se dan en el despacho aduanero de mercancías frente a las aduanas, en lo que ya conocemos como —Aduanas sin papeles, cambios que ya se venían dando con la Ventanilla única, solo que no se logró la digitalización de documentos esperada ya que su uso no era legalmente obligatorio y las diferentes secretarías gubernamentales relacionadas con el comercio exterior, para ese momento, no se encontraban totalmente integradas, razón por la cual tendríamos que esperar su integración e interoperabilidad para poder establecer el ordenamiento legal que estableciera su obligatoriedad.

Dentro de las Estrategias del PND que son impactadas por la digitalización se encuentra:

México con responsabilidad global.

En el que resaltan la consolidación de la relación con Estados Unidos y Canadá para la promoción de competitividad regional y convergencia.

La Integración con las naciones de América Central y el Caribe.

La cooperación cultural, científica y técnica con Europa.

El acercamiento de los sectores empresarios con Asia-Pacífico.

Y la consolidación de la red de representaciones diplomáticas como instrumento eficaz de difusión y promoción.

Considerando este contexto, resulta de carácter prioritario para el país, seguir impulsando la Estrategia Digital que moverá a México en los próximos años, permitiendo que los desarrollos tecnológicos estén al servicio de todas las personas, logrando acelerar el crecimiento económico del país.

De acuerdo al marco de globalización que se vive, resulta de carácter urgente integrarse a las exigencias que presentan los mercados a nivel mundial, en este sentido, la actividad de Comercio Exterior que enfrenta nuestro país en los diferentes tratados, acuerdo y convenios comerciales internacionales, requieren un cambio normativo substancial, pero sobre todo, la integración de nuevos procesos y mecanismos que dinamicen el flujo de mercancías en nuestras aduanas; por otro lado, la modernización de las aduanas no solo debe ser en cuanto a sus funciones fundamentales de vigilancia, seguridad y control, también es necesaria la implementación de nuevos esquemas tecnológicos que agilicen y transformen nuestro comercio exterior en una verdadera oportunidad de crecimiento económico.

Por lo que el rezago en cuanto a la implementación obligatoria de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior, que ya había sido publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 2011, no tuvo el mejor escenario de implementación esperado, sin embargo, considerando que su integración fue anunciada en tres etapas, es claro que el gobierno mexicano tendría considerado impulsar la parte de desarrollo tecnológico en todo el país.

Ahora bien es de vital importancia que todos los usuarios que se encuentran involucrados en esta actividad económica, muestren su interés por integrarse en este cambio, que ya es de carácter obligatorio de acuerdo con su ley reglamentaria vigente, Ley Aduanera.

Al amparo del presente marco contextual y normativo en el que se describe la importancia, alcance y responsabilidad del uso e integración a estos nuevos mecanismos tecnológicos que sustenta la operatividad ante las diversas entidades gubernamentales y de gestión aduanera, es necesario retomar el Decreto por el que se establece la implementación y funcionalidad de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior.

Ventanilla digital mexicana de comercio exterior

Aspectos fundamentales que originaron e impulsaron la implementación de la Ventanilla Única en el país, a continuación se señala de forma parcial parte del Decreto que sustenta y describe las razones de su implementación y antecedente legal sobre su posterior obligatoriedad para el uso y funcionamiento del comercio exterior en el país.

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 dentro del ámbito del comercio exterior aplicable para ese momento, señalaba medidas de facilitación y simplificación comercial que brindarían certidumbre jurídica y reducción en los costos de transacción a cargo de las

empresas mexicanas, logrando así incrementar la competitividad de los sectores productivos nacionales.

La Administración Pública Federal impulsaría el uso de tecnologías de la información, con la finalidad de optimizar la interacción de los particulares con el quehacer gubernamental, considerando que constituyen una herramienta fundamental en el desarrollo de la facilitación comercial y ofreciendo una oportunidad viable para lograr una eficaz y eficiente regulación del comercio exterior.

El uso de las tecnologías de la información en las operaciones de comercio exterior tendría como fin la disminución sustancial de costos, promover la incorporación de empresas medianas y pequeñas a la actividad exportadora, ofreciendo un servicio transparente y equitativo.

Las autoridades competentes en materia de comercio exterior se coordinarían e implementarían acciones de simplificación, automatización y mejora de los procesos que realizarían en materia de comercio exterior, como lo sería la reducción de tiempos y costos de las operaciones comerciales internacionales.

Por lo que, conforme a la Ley de Comercio Exterior corresponde al Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Economía, coordinar la participación de las dependencias de la Administración Pública Federal en las actividades de promoción del comercio exterior, así como coordinar a aquéllas que administren o controlen restricciones o regulaciones no arancelarias, a fin de que se interconecten electrónicamente con la citada dependencia y con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

El entonces Presidente de la República, Felipe de Jesús Calderón Hinojosa, emitió el 14 de enero de 2011 el Decreto por el que se establece en su

Artículo primero.- *La Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior con el objeto de permitir a los agentes de comercio exterior realizar, a través de un solo punto de entrada electrónico, todos los trámites de importación, exportación y tránsito de mercancías.*

Artículo segundo.- *Para los efectos del presente Decreto, se entenderá por:*

I. Comisión Intersecretarial, *la Comisión Intersecretarial para la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior;*

II. Autoridades competentes en materia de comercio exterior:

a) AGA, Administración General de Aduanas, del Servicio de Administración Tributaria.

b) SAGARPA, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación;

c) SALUD, la Secretaría de Salud;

d) SAT, el Servicio de Administración Tributaria;

e) SE, la Secretaría de Economía;

f) SEDENA, la Secretaría de la Defensa Nacional;

g) SEMARNAT, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales;

h) SENER, la Secretaría de Energía;

i) SEP, la Secretaría de Educación Pública, y

j) SHCP, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

En las referencias hechas en este instrumento a las dependencias previstas en esta fracción, se entenderán comprendidos sus órganos desconcentrados con competencia en materia de comercio exterior.

III. Fiel, *la Firma Electrónica Avanzada reconocida por el SAT, para uso de los interesados;*

IV. Mercancías, *los productos, artículos, efectos y cualesquier otros bienes, aun cuando las leyes los consideren inalienables o irreductibles a propiedad particular, y*

V. SFP, *la Secretaría de la Función Pública.*

Artículo tercero.- *La implementación de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior se desarrollará en tres etapas, para lo cual las diferentes autoridades competentes en materia de comercio exterior que la integren adoptarán una arquitectura de redes informáticas abiertas, compatibles e interoperables, conforme a las mejores prácticas internacionales en la materia.*

En cada una de las tres etapas a que se refiere el párrafo anterior se incorporaría y compartiría progresivamente la información pertinente en términos de las disposiciones aplicables, de acuerdo a las siguientes fechas:

I. Etapa 1: *SE y AGA, al 30 de septiembre de 2011;*

II. Etapa 2: *SEDENA, SEMARNAT, SAGARPA y SALUD, al 30 de enero de 2012, y*

III. Etapa 3: *SENER y SEP, al 30 de junio de 2012.*

Las autoridades competentes en materia de comercio exterior deberían habilitar la infraestructura necesaria para la operación de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior, de acuerdo con las fechas indicadas en este artículo.

Artículo cuarto.- *Las actividades que podrán realizarse a través de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior son las siguientes:*

I. Llevar a cabo cualquier trámite relacionado con importaciones, exportaciones y tránsito de mercancías de comercio exterior, incluyendo las regulaciones y restricciones no arancelarias que, conforme a la legislación aplicable, sea exigido por las autoridades competentes en materia de comercio exterior;

II. Consultar información sobre los procedimientos para la importación, exportación y tránsito de mercancías de comercio exterior, incluyendo las regulaciones y restricciones no arancelarias, así como las notificaciones que se deriven de dichos trámites, y

III. Efectuar pagos electrónicos de las contribuciones y los aprovechamientos que procedan, causados por la realización de trámites de importación, exportación y tránsito de mercancías de comercio exterior, así como de las regulaciones y restricciones no arancelarias.

Artículo Quinto.- *Para los efectos del artículo anterior se estará a lo siguiente:*

I. Para realizar trámites a través de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior se utilizará el Registro Federal de Contribuyentes con estatus de activo de

la persona moral o física de que se trate y su certificado de la FIEL vigente y activo, emitido por el SAT o por los prestadores de servicios de certificación autorizados conforme a lo previsto en el Código Fiscal de la Federación, así como el registro y certificado antes señalados que emita el SAT a los representantes legales de las personas morales, en términos de lo dispuesto en el citado ordenamiento legal;

II. *Se entenderá que las personas físicas y morales que realicen sus trámites a través de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior aceptan que dichos trámites se realicen en su totalidad mediante esa vía, por lo que los actos administrativos que correspondan se podrán emitir a través de medios electrónicos y notificarse por medio de dicha Ventanilla Digital.*

La FIEL respectiva, amparada con un certificado vigente y activo, emitido por el SAT o por los prestadores de servicios de certificación acreditados en términos del Código Fiscal de la Federación, sustituirá a la firma autógrafa del firmante, garantizando la integridad, no repudio y confidencialidad de la documentación o información presentada y producirá los mismos efectos que las leyes otorgan a los documentos con firma autógrafa, teniendo el mismo valor probatorio;

III. *Las autoridades competentes en materia de comercio exterior, aceptarán los certificados de la FIEL emitidos por el SAT o por los prestadores de servicios de certificación que estén acreditados en los términos del Código Fiscal de la Federación, para la gestión de los trámites materia de su competencia, relacionados con las importaciones, exportaciones y tránsito de mercancías de*

comercio exterior, incluyendo las regulaciones y restricciones no arancelarias a su cargo, aplicando en lo conducente las disposiciones que regulan la FIEL, y

IV. *En la emisión de los actos administrativos y su notificación, relacionados con la importación, exportación y tránsito de mercancías de comercio exterior, se utilizará la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior, empleando la FIEL que corresponda a los servidores públicos, aplicando en lo conducente las disposiciones que regulan la FIEL.*

Artículo sexto.- *Conforme a las etapas de implementación referidas en el artículo tercero del presente Decreto, las autoridades competentes en materia de comercio exterior, adoptarán el uso de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior para efectos de los trámites en las materias de su competencia, para lo cual deberán ajustar y simplificar los formatos y procesos que actualmente se exigen para la realización de los mismos.*

Artículo séptimo.- *Los particulares podrán presentar ante la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior, promociones o solicitudes relacionadas con cualquiera de los trámites a los que se refiere el presente Decreto, requeridas por las autoridades competentes en materia de comercio exterior, a partir de las fechas señaladas en el artículo tercero de este ordenamiento, de acuerdo a las disposiciones jurídicas aplicables al trámite y, en su caso, las que definan las autoridades competentes.*

Artículo octavo.- *Se constituye la Comisión Intersecretarial para la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior, con el objeto de definir los elementos o requerimientos de información de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior y las modificaciones*

que después de su implementación sea necesario realizar, misma que se encargará de tomar las decisiones estratégicas de dicha Ventanilla Digital.

La Comisión Intersecretarial analizará periódicamente cuáles medidas de regulación y restricción al comercio exterior vigentes son susceptibles de incorporarse a la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior, de acuerdo a las etapas de implementación a que se refiere el artículo tercero de este Decreto.

La Comisión Intersecretarial podrá establecer los grupos de trabajo que considere necesarios para el adecuado desahogo de sus funciones. La Comisión Intersecretarial y, en su caso, los grupos de trabajo que establezca, se regirán por las reglas de operación que al efecto expida dicha Comisión.

Artículo décimo segundo.- *El desarrollo de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior y su administración, una vez implementada, corresponderá al SAT.*

Al amparo del presente Decreto, que con anterioridad era dirigido por la Secretaría de Economía, al estar integrado en su totalidad, actualmente es de responsabilidad del SAT.

El panorama de comercio exterior que se presentaba en ese momento en nuestro país, requería cambios en su operatividad y gestión aduanera, ya que en relación con el acostumbrado esquema de papeleos y trámites que se venían realizando con anterioridad, nos restaba competitividad frente a nuestros socios comerciales, por lo que era necesario para una operación de comercio exterior, integrar documentos de las diferentes instancias gubernamentales en condiciones, en ocasiones, hasta de incertidumbre jurídica, así como los altos costos y tiempo requeridos en este esquema, todo esto representaba un desaliento para cualquier empresario, por lo que fue necesario la implementación de nuevos

mecanismos que transformaran el comercio exterior de nuestro país, surgiendo así la Ventanilla Digital de Comercio Exterior.

El crecimiento y detonante comercial a partir de la década de los 90, determinaría inminentemente nuestros compromisos comerciales mediante la firma de acuerdos, convenios y tratados internacionales, siendo éste el marco perfecto para desarrollar alianzas mediante bloques económicos regionales que hicieran frente común ante economías cada vez más fuertes y exigentes, esto permitiría a México incrementar su productividad y desarrollo económico mediante la integración de su economía nacional con mercados externos, como lo fue el ingreso al TLCAN 1994 y TLCUE 2000, entre otros, marcando un nuevo rumbo en nuestro comercio internacional.

Es importante mencionar que desde los años noventa, el comercio mundial ha crecido dos veces más rápido que el producto interno bruto mundial, por lo que los países que logren atraer inversión extranjera e impulsen el comercio exterior tendrán mayor crecimiento económico, algunos países ya han adoptado el sistema de Ventanilla Única, el comercio exterior que México utilizaba, involucraba un alto número de trámites, papeleo y personas, en el que podemos mencionar que existían aproximadamente 30 actores involucrados, entre oficinas de gobierno, exportadores, importadores, transportistas y auxiliares de la función aduanera; esto representaba 40 documentos, 165 trámites y 200 diferentes datos, muchos de los cuales debían entregarse varias veces.

Para incrementar el intercambio comercial entre los países, no bastaba con reducir o eliminar aranceles, era necesario poner en marcha sistemas de modernización aduanera que permitieran reducir costos e incrementar la competitividad internacional, resultando un gran

acierto el diseño e implementación de sistemas de tecnologías de información y comunicaciones que el gobierno federal implementó desde el 2011 con la Ventanilla Única, y que a partir de su implementación, la información relacionada con el comercio, es presentada sólo una vez en un único punto de entrada.

El VUCE es un sistema integrado que permite a las partes involucradas en el comercio exterior y transporte internacional gestionar a través de medios electrónicos y por un solo punto, los trámites requeridos por las entidades de control competentes para el tránsito, ingreso o salida del territorio nacional de mercancías.

Sus objetivos:

1. Eliminar el papel, al convertir los procesos manuales en electrónicos utilizando documentación digitalizada.
2. Reducir tiempos en procesos administrativos, así como en las plataformas de revisión de las aduanas del país.
3. Contar con información previa al despacho aduanero, para la aplicación acertada del análisis de riesgo.
4. Facilitar la búsqueda y acceso de información desde ubicaciones remotas a un repositorio central de información.
5. Incidir en la competitividad de la economía del país con procesos de comercio exterior más ágiles, fáciles y seguros.
6. Eliminar considerables gastos de mensajería y flete.

7. Ahorro de tiempo ante el particular para la entrega y localización de documentos (copias certificadas de pedimentos) solicitados.
8. Reducir costos en espacios físicos para almacenaje.

Los beneficios

- Entrega de información electrónica en un solo punto de contacto.
- Atención permanente desde cualquier lugar.
- La información puede ser enviada a cualquier hora, cualquier día del año, desde cualquier lugar del mundo.
- Menor tiempo y costo. Como resultado de la simplificación y automatización de los procesos de gestión, los tiempos y los costos se reducen, tanto para la Administración Pública Federal como para los usuarios de comercio exterior, en el intercambio de mercancías de México con otros países.
- Mejora logística. Sin formatos de papel se agiliza la liberación de mercancías y se hace más eficiente la cadena logística.
- Más transparencia. La automatización de los procesos de comercio exterior evita decisiones arbitrarias de servidores públicos, y proporciona un mejor control de riesgos.
- Mayor certidumbre jurídica. La homologación y claridad de los requisitos para el cumplimiento de las obligaciones de comercio exterior con mayor certeza jurídica.

- Eliminación de formatos en papel. La información digital substituye el uso del papel.
- Mejora la seguridad de la información. Mediante el uso de tecnologías de la información se evita el daño o pérdida de datos, aun en casos de desastre.

Ahora solo se realiza en 4 pasos que simplifican la operatividad en las aduanas, como se muestra en la Figura 1

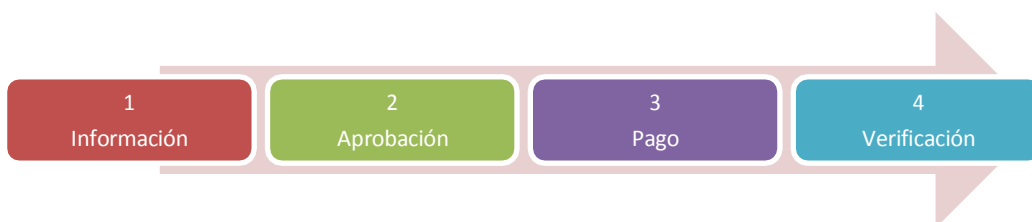


Figura 1

La intervención de las secretarías de gobierno para el control y despacho documentario que impactan las operaciones de comercio exterior, aunado a la mezcla de normatividades, tanto de orden nacional como de carácter internacional, obliga al país a mantener una eficiente coordinación intersecretarial, con una logística de gestión eficiente, para obtener los diversos documentos que debemos tramitar ante las entidades gubernamentales que intervienen, logrando así un Sistema Electrónico Aduanero fluido, acorde a las necesidades y compromisos comerciales que enfrenta nuestro país; El poder reducir y controlar los riesgos al momento de integrar los documentos que exigen las autoridades, así como la certidumbre jurídica sobre los documentos que se digitalicen por la Ventanilla Única, dependerá en gran medida de la Administración Pública Federal, por lo que se espera que

se integre en su totalidad durante este año, y que como ya se mencionó en el primer tema de esta investigación, se encuentra como prioridad dentro de la Estrategia Digital Mexicana.

Conclusiones

Finalmente, resulta claro entender que la interoperabilidad, integración y facilitación secretarial será la que moverá las operaciones de comercio exterior durante los próximos años.

Se puede concluir que la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior, marca el inicio de una nueva forma de organizar y agilizar las operaciones de comercio exterior en México, logrando integrar la parte operativa aduanal con los trámites que se realizan ante las distintas autoridades gubernamentales que intervienen; acción que se sustenta mediante el nuevo procedimiento digital vinculado a su Sistema Electrónico Aduanero, tal como lo establece el Artículo 36 y 36 A de la Ley Aduanera 2014, en relación con la Regla en Materia de Comercio Exterior 1.1.10 de esta misma Ley, en la que se integra la Ventanilla Digital a este Sistema Electrónico Aduanero; por lo que el despacho de mercancía en nuestras aduanas será más ágil y sencillo, sin embargo, será indispensable conocer y cumplir con las nuevas normas que actualmente rigen el comercio exterior en México.

Por lo que era de vital importancia su reglamentación, para definir con claridad la —obligatoriedad‖ sobre el uso, alcance y responsabilidad para este nuevo procedimiento de integración aduanera y que aplicará a partir de enero de 2014 en su ley reglamentaria, toda vez que en la publicación del Decreto de implementación de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior de 2011, no se establecía el alcance de obligatoriedad, debido a que

se encontraba establecida en tres fases, y que se irán completando de manera paulatina; siendo hasta después de 2013, dentro de la Estrategia Digital Mexicana, el momento adecuado para determinar e impulsar los cambios que se dieron en la Ley Aduanera, que entró en vigor en enero de 2014.

Para dicha reforma, fue necesario derogar, agregar y modificar diversos ordenamientos en la Ley Aduanera 2014, que permitieran el buen manejo y obligatoriedad sobre el uso de la Ventanilla Digital en las operaciones de comercio exterior, transformando el despacho aduanero tradicional, que como se recuerda, era necesario utilizar documentos impresos en papel, originales y copias en varios tantos, que además tendrían que llevar firma autógrafa, debiendo acompañarse al pedimento, tal como lo señalaba el artículo 36 de la Ley Aduanera 2013; todo este procedimiento ahora se substituye por el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación, integrándose a sus sistemas informáticos que actualmente se transmiten por el Sistema Electrónico Aduanero.

Esta nueva actividad operativa aduanal concentrará e integrará los diferentes documentos necesarios para las importaciones, exportaciones y tránsito de mercancías en nuestro país, enviando desde un solo punto de entrada desde la Ventanilla Digital por vía electrónica, información previa al despacho aduanero; todo esto sin el uso de papeles, mejorando y agilizando los trámites mediante el uso de dispositivos electrónicos móviles con toda la información para su despacho, mejorando así la logística de despacho en las aduanas.

El envío de información electrónico anticipado a la aduana, permitirá un mejor control y administración del riesgo en nuestras operaciones de comercio exterior; normatividad que ya se encuentra sustentada en la nueva Ley Aduanera 2014 en sus Artículos 36 y 36 A, en

los que ahora es obligatorio dicho envío electrónico por la Ventanilla Digital, una nueva forma de operar en las aduanas del país.

Ahora bien, es momento de adoptar de manera obligatoria y necesaria la implementación de la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior; este nuevo panorama legal implicará para los empresarios y usuarios del comercio digital, nuevos retos, pero mejores oportunidades a la vez, gracias al desarrollo de estas tecnologías que han sido integradas como herramientas para el mejor manejo y control del comercio exterior en nuestro país, mejorando nuestras actuales prácticas comerciales, logrando homologar y facilitar la información comercial con otros países del mundo.

Con la Estrategia Digital Nacional que implementó el Gobierno de la República en 2013, se logrará agilizar los diversos trámites para las operaciones de Comercio Exterior, esto no es de ninguna manera un elemento estratégico vanguardista, puesto que otros países ya utilizan tecnologías digitales innovadoras que les brindan mayores ventajas de competitividad a nivel internacional y que determinan la agilidad y seguridad jurídica de su comercio, logrando un impacto económico favorable en sus economías; México no puede detener el fulminante desarrollo comercial que se vive en el planeta, esto no significa que nuestro comercio se encuentre paralizado en un letargo encapsulado en el tiempo.

La transformación gubernamental que se plantea en la Estrategia Digital, deberá aportar al comercio exterior líneas de comunicación abiertas que dinamicen la política exterior del país, garantizando la transparencia, eficiencia y certeza legal que México necesita, apoyando sus buenas prácticas de comercio con sus socios comerciales, dentro de los

lineamientos legales requeridos por los diferentes ordenamientos internacionales y por supuesto nacionales.

Esta transformación nos lleva a recordar la evolución del comercio en el pasado, dando un brinco al futuro, llevándonos a la llamada era digitalizada del comercio, donde, preparados o no, ya se está ahí, la pregunta obligada sería ¿y el presente, dónde nos coloca?

Toda transformación implica un cambio y mientras no se reconozcan los antecedentes históricos con sus respectivos aciertos y errores, el presente simplemente significará un —tal vez funcione es por esta razón que fue necesario realizar una breve descripción de cómo es que llegó y se implementó la famosa y aterradora Ventanilla Única, que ha causado tantos dolores de cabeza a muchos usuarios que utilizan esta herramienta tecnológica, que más que una amenaza, representa grandes retos para el país y mejores oportunidades para sus habitantes, no solo en el comercio exterior, puesto que el desarrollo de estas nuevas tecnologías son la plataforma ideal de crecimiento para cualquier país. ¿Usted qué opina?

Bibliografía

Decreto de Reforma a la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos en materia de Telecomunicaciones y Competencia Económica 2013. Gobierno de la República, México 2013

Decreto por el que se establece la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior del 14 enero de 2011. Gobierno de la República, México (2011)

Estrategia Digital Nacional, Presidencia de la República, México 2013

Foro Económico Mundial, (2013) *Reporte Global sobre las Tecnologías de la Información*.

Instituto Superior de Estudios Fiscales, (2014) *Código Fiscal de la Federación 2014*. México, Ediciones Fiscales.

Instituto Superior de Estudios Fiscales, (2014) *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos 2014*. México, Ediciones Fiscales.

Instituto Superior de Estudios Fiscales, (2014) *Ley Aduanera 2014*. México, Ediciones Fiscales.

Instituto Superior de Estudios Fiscales, (2014) *Ley de Comercio Exterior 2014*. México, Ediciones Fiscales.

Instituto Superior de Estudios Fiscales, (2014) *Reglamento de la Ley Aduanera 2014*. México, Ediciones Fiscales.

Instituto Superior de Estudios Fiscales, (2014) *Reglamento de la Ley de Comercio Exterior 2014*. México, Ediciones Fiscales.

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Gobierno de la República, México (2013)

Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018. Gobierno de la República, México (2013)

Modernización de las Aduanas en México, los Nuevos Trámites Aduaneros

Martínez León Stephany

Estudiante De la Licenciatura en Comercio Exterior; U.A.E.H.

M.A.N. Ulises Pérez Vázquez

Catedrático De la Licenciatura en Comercio Exterior; U.A.E.H.

Resumen

El presente artículo muestra las características más importantes de la aduana en México desde los años 2000 hasta hoy en día, también se mencionan algunas definiciones que se tienen de la aduana, así como su definición en el Reglamento de la Ley Aduanera y como es su funcionamiento en el ámbito público. Se habla también del número de aduanas en el país, su ubicación y tipo de aduana.

En cuanto a las modificaciones que se hicieron en la Ley aduanera se encontraran nuevos términos como ¿qué es un documento electrónico o digital? Y la diferencia entre ellos, se hace referencia a algunas disposiciones generales, se mencionan algunas características del despacho de las mercancías ante la aduana, las nuevas obligaciones del agente aduanal, de igual manera si se llegase a cometer una infracción o sanción, cuál será su castigo y por último se mencionan algunos beneficios y obligaciones.

Para finalizar, en la última parte se encontrará también resumido el proceso de exportación que utiliza la empresa Grace Container S.A. de C.V. empresa la cual se puso como ejemplo para la redacción de este artículo.

Introducción

Al hacer referencia al comercio, nos remontamos a la época antigua, aquella era en la que el hombre se dio cuenta que era muy complicado satisfacer las necesidades básicas por sí solo; de este modo se implementó la agricultura, la recolección, la caza etc. para poder sobre vivir.

Así con estas actividades se creó el intercambio de productos entre los pobladores de la región y de igual forma con pueblos cercanos, de esta manera es cómo surge el trueque, regido por un reglamento que, a pesar de que no estaba establecido, las personas eran conscientes de que tenían que seguir sus lineamientos y debía cumplirse bajo la vigilancia de las personas especializadas en el ámbito comercial, o en su caso de personas que tenían una noción más amplia del comercio y eran quienes veían por los intereses de ambas partes en el trueque.

Desde el inicio de los tiempos, la civilización se ha tenido que adaptar a las modificaciones comerciales que han surgido con el paso de los años. Anteriormente el comercio se basaba en el intercambio de ciertas mercancías que, en su gran mayoría eran para el consumo básico, o por productos que satisfacían ciertos lujos; las personas procuraban siempre tener en cuenta un valor aproximado de la mercancía, es por ello que tenían que evaluar el precio en sus intercambios pues en aquel entonces no existía una moneda.

La aduanas en México tienen sus antecedentes desde la época prehispánica y es por ello que a pesar de que no se hace mención de toda esa historia en este artículo es importante saber cómo surgió.

En la actualidad nuestro país cuenta con 49 aduanas distribuidas principalmente en la frontera norte con E.U.A. y en la frontera sur con Guatemala, pero también en zonas costeras, centro del país y ciudades estratégicas.

Desde hace ya algún tiempo, las aduanas han implementado sistemas de revisión de la mercancía cada vez más modernos para cumplir con las expectativas que marca la ley, y actuar de la manera más adecuada con los lineamientos para que las aduanas en México sean más competitivas.

Recientemente, en los años 2000 la Administración General de Aduanas (AGA) adquirió el compromiso de brindar un servicio de calidad a los usuarios, por ello es que hace ciertas adaptaciones en cuanto al proceso de selección, estructura organizacional, infraestructura, equipo, y normatividad.

También se hicieron cambios importantes en cuanto al manejo, almacenaje y custodia de las mercancías, en estas fechas se implementa también el Sistema Armonizado Aduanero Integral (SAAI) con el fin de facilitar la operación aduanera.

De 2007 a 2012 la AGA y el Servicio de Administración Tributaria (SAT) crean un proyecto, —El Plan de Modernización de las Aduanas, el cual tiene como misión —*Contribuir al crecimiento, prosperidad y competitividad del país mediante una operación aduanera eficiente, transparente y predecible, que facilite el movimiento de pasajeros y*

mercancías, que inhiba los comportamientos ilícitos de empresas, personas y funcionarios, y fortalezca la seguridad nacional (SAT, 2014)

Dicho plan consta en el fortalecimiento y eficacia de las operaciones aduaneras y los recursos humanos de la aduana.

Hoy en día las leyes tienen una gran importancia en el comercio internacional, como lo son la Ley Aduanera, la Ley de Comercio Exterior, sus Reglamentos y otras diversas normatividades fundamentales para que se lleve a cabo esta actividad comercial; donde se plasman las bases para poder realizar el intercambio que hoy en día practicamos, de ahí surge la idea de explicar y hacer referencia a tipos de aduanas, su ubicación dentro del país y las modificaciones que hubo recientemente, en específico las de la Ley Aduanera.

Últimamente existen diversas opciones sobre los beneficios que se dan por la actividad comercial, pero así mismo por los procesos de integración económica que crean bloques regionales entre los países, manifestándose las grandes cantidades de mercancía en esta integración y el resto del mundo.

En el mundo se han creado nuevas tecnologías que permiten y facilitan el comercio con los demás países y es necesario conocer, evaluar y actualizarse en los aspectos que como licenciados en Comercio Exterior nos competen.

Desarrollo

Desarrollo del comercio y las aduanas a partir del año 2000

Desde esta época el comercio en México tiene un mayor auge en el ámbito internacional gracias a la firma de distintos tratados que se llevaron a cabo en la época anterior, durante la presidencia del Sr. Carlos Salinas de Gortari; pero de igual manera se vio un gran cambio

en cuanto al traslado de la mercancía en la aduana, su tipo de almacenaje, el régimen por el cual se debería guiar para poder introducirse al país, el tipo de tránsito de acuerdo a las mercancías, y también las infracciones y sanciones que podrían tener las personas que cometieran algún delito en lo que concierne al comercio.

La firma de los diferentes tratados y acuerdos comerciales le dio al país un gran impulso al comercio exterior, y por ende se crea la necesidad de brindar un mejor servicio aduanal, que vaya acorde con los requerimientos que exige el comercio, así mismo se establece un contacto con la cámara de comercio para conocer las necesidades de los ciudadanos en cuanto a productos de importación y exportación.

Con el fin de facilitar la operación aduanera mediante los métodos de control se instrumentó el SAAI (Sistema Automatizado Aduanero Integral) como un sistema de selección automatizado en los reconocimientos, que como regularmente lo conocemos es el semáforo fiscal; el cual dependiendo el color (verde o rojo) es como se determina la revisión de la mercancía en el recinto aduanal.

La responsabilidad de clasificar la mercancía, determinar el valor en aduana y su origen se le quedó a cargo a los agentes aduanales o las personas que se hacían llamar —Vistas, que son la autoridad que tienen la facultad de verificar el cumplimiento de las actividades y así fue como se redujo la discrecionalidad de los empleados en la aduana.

Se colocó equipo de la más alta tecnología en diferentes áreas y con distintos procedimientos, se instaló de igual manera la red informática que pretendía actualizar los reportes ante la aduana; también se implementaron cámaras, y los rayos X para tener un mejor control.

La aduanas han ido sustituyendo gradualmente los rayos Gamma por los rayos X; para la revisión de las mercancías anteriormente había ocasiones que esta era revisada hasta tres veces, se tenían máximo dos revisiones pero actualmente solo se realiza uno de estos procesos, como los rayos Gamma son una tecnología muy avanzada se puede saber de cierta manera si la mercancía que se declara en el pedimento es la correcta, y con base al resultado de este, en el semáforo fiscal se decide si hay revisión de la mercancía o no lo hay.

En algunas publicaciones se ha comentado que la aduana es una oficina que representa al Estado nacional en las fronteras y zonas específicas en el país.

Actualmente se están llevando a cabo algunos cambios muy importantes, como tecnológicos, en cuanto al trámite, el papeleo físico y digital. Su actual transformación viene aparejada con el debilitamiento de los Estados nacionales, considerados como unidades geográficas con fronteras definidas y estratégicas, que se diferencian de aspectos políticos y culturales.

En México las aduanas y su normatividad han seguido el camino que señalan las políticas económicas y que en si el comercio se ha basado hasta ahora en los últimos acuerdos multilaterales.

El fundamento legal de la definición de la aduana se puede encontrar en el *Título Segundo, Capítulo I Artículo 7 del Reglamento de la Ley Aduanera*.

De igual manera se tienen otras definiciones de la aduana tales como:

El glosario de términos y documentos usados en la tramitación aduanera define a la aduana como —Organismo encargado de aplicar la legislación relativa a la importación de mercancías y los otros regímenes aduaneros de percibir y hacer percibir los gravámenes que les sean aplicables y de cumplir las demás funciones que les encomienden‖ (SALVADOR, 1999)

Acosta (2001) señala que, —Las aduanas son las unidades administrativas de la administración pública centralizada que dependen de la Administración General de Aduanas y de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público a través del Servicio de Administración Tributaria.‖

Como última definición Máximo Carbajal Contreras define a la aduana como —El órgano de la administración pública estableciendo por el ejecutivo federal autorizado para controlar el comercio exterior con las limitaciones y prohibiciones que las leyes fijan a las mercancías, percibiendo los impuestos que se generan y regulando la economía nacional.‖

El país cuenta con 49 aduanas ubicadas estratégicamente de la siguiente manera (ver Figura 1):



Figura 1. Lugar y tipo de aduanas donde están situadas en México

- 19 en la frontera norte
- 2 en la frontera sur
- 17 marítimas
- 11 interiores

Ahora que ya se tiene un concepto más amplio de la evolución del comercio, la definición correcta de la aduana y de la ubicación de las aduanas en el país, es momento de dar un pequeño enfoque a las reformas que hubo recientemente en cuanto al comercio exterior enfocándonos por el momento a la Ley Aduanera.

Nuevas Modificaciones en La Ley De Aduanera

Con el nuevo gobierno federal se han tenido cambios importantes en muchas leyes, se han creado nuevas reformas algunas en mi opinión que perjudican a la sociedad mexicana, pero más aún a las personas de escasos recursos, en este caso no hablaremos de este tema.

Los principales cambios en la Ley Aduanera son los siguientes:

Nuevos términos en L.A (ART 2, F XIII – XVI L.A.)

- Documento electrónico: Es generado mediante una base de datos por ejemplo un COVE
- Documento digital: Contiene información de documentos escritos. (cualquier documento)
- Reconocimiento Aduanero: Es la revisión de la mercancía
- Pedimento: es la declaración en documento que contiene la información relativa a la mercancía y demás datos con los que debe cumplir para su entrada o salida del país.

Entre lo que es el documento electrónico y documento digital esta modificación traería ciertas complicaciones, que crearían confusión en cuanto a tener claro a qué tipo de documento se refiere, pero ya al paso del tiempo y con la costumbre no habrá problema, solo es cuestión de que se aclare.

Otro inconveniente que encuentro en esta parte es que las agencias aduanales no quieren proporcionar lo que son los COVES y los E-DOCUMENTS aunque es su obligación proporcionarlos a los clientes. Todos estos documentos según la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) deberán estar en la página oficial de Ventanilla Única de Comercio Exterior Mexicano (VUCEM) con la finalidad de que las empresas tengan un control sobre lo que hacen sus agentes aduanales.

Disposiciones Generales (ART 6, 46 L.A.)

- Administrar documentos electrónicos
- Auditorías electrónicas

En cuanto a esta disposición en las auditorías electrónicas cada empresa tendría demasiadas complicaciones porque en un año no creo posible que puedan tener en electrónico todos los archivos de mínimo 5 años atrás.

Deberían de tener una persona que se dedicara únicamente a hacer el registro electrónico de cada una de las actividades que se han llevado a cabo, aunque esta persona sería solo temporal en lo que suben electrónicamente sus actividades, después ya cada que se haga una actividad comercial la persona que lo haga será capaz de hacerlo electrónico, calculo que un registro de actividades de 5 años tardaría en hacerse electrónico en un tiempo aproximado de 2 años a 3 años y esto debe ser a partir del año 2015 y además toda esta documentación deberá formar parte de la contabilidad de la empresa.

Depósito ante la aduana: (ART 14, 15, 25, 28 L.A.)

→ Despacho por un lugar distinto al autorizado

Esta actividad prácticamente se modificó por empresas o fabricas que producen herramientas o productos de gran volumen, entonces para que no cause efectos de doble gasto se le permitirá que su despacho en la aduana sea la misma planta. Por ejemplo las plantas que llegan a producir soldaduras para una estructura y que son muy grandes se les complica trasladarlas a la aduana y posteriormente a sus clientes.

→ Recintos fiscalizados en sus diferentes modalidades.

→ Servicios gratuitos de almacenaje y custodia

Anteriormente se cobraban los servicios de almacenaje y custodia, y la mayoría de las veces los propietarios dejaban perder la mercancía pues ya había estado mucho tiempo bajo estos servicios lo que traía consigo una gran pérdida en vez de una ganancia. Los

propietarios de mercancías que son perecederas regularmente eran las personas que más contribuían a este servicio pues el almacenaje era especial (en los frigoríficos para mantener en buen estado los productos).

Actualmente creo que esta modificación es un gran apoyo para todos los propietarios de las mercancías que serán resguardadas en la aduana pues ya no tendrán que dar por perdida su mercancía cuando el valor de esta es superior en cuanto al almacenaje.

→ Mercancía extraviada;

Anteriormente cuando se extraviaba una mercancía estaba entre los 3 y los 10 días y si se llegaba a encontrar después de ese plazo las mercancías eran destruidas y era una perdida para los propietarios de las mercancías y además si se llegaba a encontrar, esta era susceptible de pagar el almacenaje de los días que hubiese estado extraviada; actualmente con la nueva reforma se le da un plazo para encontrar la mercancía hasta de 30 días y sin pagar los servicios de custodia y almacenaje.

→ Depósito ante la aduana; ya no causa abandono si se cambia de régimen

En cuanto a esta disposición la ley nos dice que si las mercancías en depósito ante la aduana se destruyen por accidente, la obligación fiscal se extinguirá, salvo que los interesados destinen los restos a algún régimen aduanero.

Despacho de las mercancías (ART 40, 59B L.A.)

→ Representante legal aduanero

Cada empresa podrá ya no hacer sus operaciones mediante la ayuda del agente aduanal, sino que cada empresa será capaz de hacerla por si misma siempre y cuando la persona que

realice estas actividades tenga un conocimiento —por lo menos básico de las operaciones que realiza la empresa y esta persona será conocida como representante legal aduanero.

Aquí en este artículo encuentro otra confusión, el representante legal podría ser confundido con el representante legal aduanero, y aunque sus actividades son diferentes podría la empresa llegar a tener dificultades en el inicio de sus actividades.

→ Reunir los requisitos

En cuanto a los requisitos según la ley establece que debe ser una persona física y estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, ser mexicano o mexicana, acreditar la existencia de una relación laboral con la empresa importadora o exportadora, y acreditar la experiencia o conocimientos en materia de comercio exterior.

Un punto importante a destacar es que el agente aduanal se compromete a ser auditado anualmente en sus conocimientos pues antes se le hacía solo un examen de conocimientos generales sobre el comercio exterior lo que ahora tendrá que ser anualmente y en caso de que no se someta a este examen será sancionado o hasta estaría en el riesgo de perder la patente.

Cabe destacar que en este punto comparado antes de que se hiciera la reforma en el artículo se solicitaba que el futuro agente aduanal contara con el requisito de buena reputación lo que ahora lo podemos observar que ha sido modificado y ya no es un requisito como tal.

→ Obligaciones de las empresa en caso de que no utilice los servicios de un A.A

Para aquellas empresas que han decidido no hacer uso del agente aduanal y tener un representante legal aduanero deberán someterse a una revisión por el SAT, y que de la misma manera deberán contar con la tecnología adecuada para poder realizar las

operaciones individualmente, y así subir al sistema del SAT los documentos que fueran expedidos para la importación o exportación. Véase Figura 2.



Figura 2: Aduana de Manzanillo, Colima.

Fuente: Imagen tomada por el autor

Nuevas obligaciones del agente aduanal (ART 159, 162 F VII L.A.)

Despacho aduanero (art 35, 36, 36A, 37, 37A 43 L.A.)

→ Despacho usando al SEA

Para los efectos de importación y exportación deberá ser mediante el SEA Sistema Electrónico Aduanero que es un sistema implementado por el Servicio de Administración Tributaria para que estas actividades sean más eficientes y se tenga un mejor control sobre las importaciones y exportaciones de nuestro país.

→ Obligación de transmitir al SEA un pedimento

→ Como para los clientes los agentes aduanales deberán crear un pedimento para el SEA en el cual deberá aparecer la firma electrónica avanzada o sello digital, y el código de aceptación que fue generado por el sistema electrónico aduanero.

→ Documentos electrónicos anexos (RCGMCE 3.1.5)

En todas las actividades los agentes aduanales están obligado a presentar de manera electrónica los documentos relativos a la comercialización, los documentos que debe incluir este archivo electrónico son: lista de empaque, guía de transporte, certificado de origen.

→ Pedimento consolidado y avisos consolidados

El pedimento consolidado es para aquellas empresas que exportan o importan siempre la misma cantidad al mismo lugar lo que hace más ágil el proceso de comercialización entre las empresas, siempre y cuando estas cumplan con los requisitos de buena reputación.

→ Reconocimientos aduaneros

Mediante el mecanismo de selección automatizado será este quien decidirá si la mercancía es sometida a revisión o no por parte del personal, en caso de que sea positivo el resultado, la autoridad aduanera efectuara la revisión en el recinto fiscal.

Sanciones aplicables (ART 184, 185 L.A.)

→ Respecto a la documentación

En cuanto a la omisión de documentos se tendrá una multa que deberá ser pagada lo más pronto posible para que se pueda agilizar la operación de comercio.

→ Datos inexactos

También se someterá a sanción si la documentación está completa pero cuenta con algunos datos que son inexactos, pero como somos seres humanos y nos llegamos a

equivocar nos dan la opción de poder corregir un determinado número de errores, de no ser así será sancionado conforme a la ley en los artículos 184 B y 185 L.A.

→ Transmisión de COVE

Los agentes aduanales están obligados a presentar el COVE ante la ventanilla única de comercio exterior en el sistema del SAT y de la misma manera están obligados a proporcionarla a sus clientes y en caso de no presentarla serán acreedores a una sanción tanto le empresa como el agente aduanal.

Beneficios y obligaciones (ART 59, 89, 93, 101ª L.A.)

→ Obligaciones del importador

Todo importador para poder ejercer su actividad debe estar inscrito en el padrón de importadores, debe llevar un control de los inventarios de forma automatizada, debe contar también con información y documentación necesarias para comprobar el país de origen de las mercancías para los efectos de autorización de las fracciones arancelarias.

→ Rectificación de campos

En el pedimento se podrán rectificar datos de la mercancía el número de veces que sea necesario para efectuar con eficiencia la comercialización el país, lo que es importante saber es que la ley menciona que NO se deberá cobrar ninguna multa por la realización de este cambio.

→ Cambio de régimen

En los casos de que la mercancía pudiese causar abandono por el régimen en el cual entro al país esta podrá sufrir el cambio de régimen según sea el caso para que esta no cause abandono y ocupe algún lugar en el recinto fiscal.

→ Regularización de las mercancías de empresas certificadas

Las mercancías que hayan sido importadas temporalmente por empresas certificadas, podrán regularizarlas cuando haya transcurrido el plazo de importación temporal, y puedan ser consideradas como de importación definitiva; haciendo el pago correspondiente a las contribuciones y cuotas compensatorias a las que corresponda con las actualizaciones y recargos calculados en los artículos 17A Y 21 del código fiscal de la federación.

Proceso de exportación de la empresa Grace Container S.A. de C.V.

La empresa Grace Container S.A. es una empresa que se dedica a la elaboración de productos químicos dirigida principalmente a dos sectores, el sector alimenticio y el sector de la construcción.

Grace es una empresa que tiene diferentes especialidades en productos químicos, tales como:

- ✓ Compuestos selladores para latas de alimentos y bebidas.
- ✓ Compuesto de sellados para botellas de vidrio y plástico.
- ✓ Recubrimientos para proteger las superficies metálicas de las latas de la corrosión.
- ✓ Industria líder en el mercado de catalizadores y productos de sílice.
- ✓ Aditivos para cemento, concreto y productos para la mampostería.
- ✓ Materiales para la construcción a prueba de agua y fuego.

Esta compañía inicia su proceso de exportación desde que llega la P.O. (Purchase Order // Orden de Compra), esta es registrada en una base de datos en Excel en la cual se hace toda la logística y se planea la elaboración del producto, cuando tiene que estar listo para que llegue el transporte por la mercancía, cuál es su destino final, que tipo de contenedor se va la cantidad que solicito el cliente, y la fecha aproximada de salida y llegada al puerto.

Posteriormente se hacen los documentos que son solicitados por la compañía transportista como:

1.- La carta de instrucciones: en la cual se indican los puertos de salida y de destino, el nombre del buque y numero de viaje, el nombre del contenedor, el sello que llevará y el número de referencia de la naviera, así mismo, las fechas de salida del puesto de origen y la fecha de llegada al puerto de destino, instrucciones del BL (ya sea que se tenga que emitir en destino o se le entregue a Grace). También vienen detalles del producto, su fracción arancelaria y el Incoterms a utilizar

2.- La lista de Empaque: en esta viene la cantidad que solicito el cliente, el número de octavines en los que se va el lote y en algunos productos la fecha de producción y fecha de caducidad. Del mismo modo vienen los pesos netos y brutos y el núm. de factura.

3.- Certificado de Arrumazon: Este documento contiene el nombre del contenedor, y el sello además las instrucciones en las que de debe encontrar el contenedor, pues como son materiales que se deben de tratar con un cierto cuidado si el contenedor no viene en las condiciones optimas sera retornado por la empresa y solicitará uno adecuado. Asimismo con que mercancías puede ser compatible en caso de que el contenedor se vaya consolidado.

4.- DGR: Este es un documento en *excel* en el cual con formulas ya establecidas se calculan los pesos y se hace el cubicaje para que se envíe a la naviera y esta nos mande la cotización para poder hacer la reservación y se envíe el producto. Con esto de debe tener un cuidado especial pues si el contenedor lleva peso extra puede ocasionar un accidente, y por ende una multa para la empresa.

5.- IMO: es un documento en el cual se especifica que el producto es peligroso, contaminante, punto máximo de calor que puede tolerar etc. además que contiene muchos de los datos como el cubicaje, los pesos, datos de la naviera y del cliente que están también en los otros documentos.

Para hacer las reservaciones con la empresa naviera, se tiene que hacer el cálculo de los pesos y el cubicaje (en el DGR que exolique anteriormente) una vez que ya se tiene ese documento se procede a realizar la reservación, algunas de las empresas navieras que utiliza Grace son:

- ✓ Panalpina
- ✓ Leschaco
- ✓ Multitransportes International (MTI)

Cuando la mercancía ya está lista para su despacho, en la empresa se hace un paquete en un sobre con todos los documentos de los cuales, además se incluyen las hojas técnicas y fichas de seguridad que tienen información química del producto e instrucciones de uso. También las especificaciones sobre el material y la factura de compra. Estos documentos se entregan al transportista y tiene que firmar de recibido.

Como la mayor parte de las mercancías que se exportan se van palletizadas el cliente siempre le pide a la empresa un certificado de fumigación de los pallets, este se le pide al departamento de almacén pues ellos son los encargados de palletizar la mercancía. Esto es para prevenir una plaga en los pallets.

Al inicio de cada año la empresa manda un comunicado a todas las empresas navieras con los documentos y requisitos que solicitan para que se pueda cargar la mercancía como lo es

el tipo de licencia y se requiere una licencia federal tipo E para productos peligrosos y una tipo B para no peligrosos.

Los papeles del vehículo deben estar en orden como lo es la tarjeta de circulación, la póliza de seguros etc. Así como el contenedor debe llegar a la planta en perfecto estado físico; no deben estar sucias, con olores extraños, u orificios.

Después de haber hecho la reservación con la naviera esta nos manda un BL para su revisión y si esta correcta le pedimos que se emita en destino según las políticas de la empresa o del país. En este se verifica que el producto y la cantidad solicitada sea la correcta así mismo que el contenedor y su sello coincidan, además es muy importante que los datos del proveedor (Grace) y del cliente sean los correctos pues en caso de tener algún error puede generar una multa para la empresa.

Conclusiones

El ámbito comercial pareciera que es un poco moderno, pero como pudimos darnos cuenta, esta actividad es de las más antiguas, pues así era como se hacía el intercambio de los diversos productos de las regiones.

El comercio en aquel entonces aunque no tenía leyes en que regirse los mismos comerciantes creaban sus lineamientos a seguir durante la operación y aunque eran muy rígidos en ese aspecto no había operaciones que causaran conflicto, y se trataba de llevar un comercio que fuera legal en todos los aspectos.

En cuanto a las modificaciones que ha tenido recientemente la ley aduanera para el comercio, y como ya lo mencione, es conveniente tener el conocimiento adecuado y tener

en cuenta que hay diversos términos que debemos tener en claro, y saber cómo diferenciarlos, son cuestiones que en una empresa que es exportadora debe tener el correcto entendimiento de estos, pues en caso de que se llegue a cometer un error en este pueden generarse graves infracciones y hasta se puede correr el riesgo de que la empresa sea clausurada definitivamente.

Y también como en la actualidad la tecnología es una herramienta muy útil en todos los aspectos se ha establecido que se hagan los documentos electrónicos los cuales el agente aduanal o representante legal aduanero puede y debe proporcionarles puesto que la empresa los debe tener, ya que estos forman parte de su contabilidad. En lo que concierne al proceso de exportación de la empresa a la cual me enfoque pretendo que alumnos, profesores e interesados en conocer un poco del proceso de exportación de las empresas tenga un conocimiento un poco más amplio sobre esta actividad comercial, aunque me hubiese gustado explicar más a fondo y con más detalles algunas cuestiones, por políticas de la empresa me veo en la obligación de no mostrarlas, pues es un riesgo que la competencia sepa algunos de los procesos que se llevan a cabo en esta.

En cuanto a tener la documentación correcta en la empresa, al inicio de este año fue un poco complicado, los agentes aduanales intentaban tener la información a la mano, pero les resultaba difícil pues aún no se tenía un conocimiento adecuado de como funcionaban los nuevos softwares usados para la transmisión de los documentos; pero con el paso del tiempo y conforme se vaya teniendo mas práctica en los programas, creo que todo esto sera una herramienta muy util y quizas llegue a mejorar el funcionamiento del comercio para todas las empresas y se tendrá un mejor comercio a nivel mundial.

Bibliografía

Acosta roca, f. (2001). *Tramites y documentos en materia aduanera*. Isef.

Contreras, m. C. (s.f.). *Ciencia de la administracion*.

Deloiite. (febrero de 2014). *Deloiite*. Obtenido de http://www.deloitte.com/assets/dcom-mexico/local%20assets/documents/reforma_fiscal2014_flash.pdf

Eumed. (febrero de 2014). Obtenido de http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2005/mcro-tlcan.htm#_ftn6#_ftn6

Planmod. (marzo de 2014). Obtenido de plan de modernizacion de las aduanas 2007-2012: http://www.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/2008/descargas/noticias/f_avplanmod.pdf

Reglamento de la ley aduanera. (27 de marzo de 2014). Obtenido de <http://www.aduanas-mexico.com.mx/claa/ctar/leyes/rla.html#art7>

S.h.c.p. (abril de 2014). Obtenido de historia de la aduana en México: http://www.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/2008/quienes_somos/138_10014.html

Salvador, m. H. (1999). *Comercio internacional ii*. Limusa.

Sat. (abril de 2014). Obtenido de distribucion de las aduanas // preguntas frecuentes: http://www.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/a_preguntas_frecuentes_otros.htm

Sat. (febrero de 2014). *Sat*. Obtenido de http://www.apartados.hacienda.gob.mx/presupuesto/temas/ppef/2014/ingresos/04_1ey_aduanera.pdf

Shcp. (febrero de 2014). Obtenido de http://www.apartados.hacienda.gob.mx/presupuesto/temas/ppef/2014/ingresos/04_1ey_aduanera.pdf

<http://aduanaienmexico.wordpress.com/2010/10/25/historia-de-la-aduana-en-mexico/>

http://www.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/2008/quienes_somos/138_10014.html

http://www.apartados.hacienda.gob.mx/presupuesto/temas/ppef/2014/ingresos/04_ley_aduana.pdf

<http://www.ventanillaunica.gob.mx/cs/groups/public/documents/contenidovu/mdaw/mda3/~edisp/vucem007707.pdf>

http://www.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/2008/quienes_somos/138_10014.html

http://www.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/2008/quienes_somos/138_10015.html

http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Mexico/Local%20Assets/Documents/Reforma_Fiscal2014_Flash.pdf

<http://www.huauchinango.usac.edu.mx/Antologias/derechoadus.pdf>

http://www.derecho.unam.mx/investigacion/publicaciones/revista-cultura/pdf/CJ2_Art_1.pdf

http://www.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/2008/descargas/noticias/f_AvPlanMod.pdf

http://www.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/2008/quienes_somos/138_10003.html

<http://es.scribd.com/doc/16424247/Leyes-y-Reglamentos-relacionados-con-el-Comercio-Exterior-en-Mexico>

<http://www.comercioyaduanas.com.mx/cursos>

<http://www.comercioyaduanas.com.mx/cursos/catalogocursos/cursos-de-comercio-exterior/curso-vucem-ventanilla-unica-de-comercio-exterior-mexicana>

<http://www.mtinter.com.mx/index-3.html>

Anexos



Figura 3. En las afueras de la aduana de Guadalajara, Jalisco

Fuente: Imagen tomada por el autor



Figura 4. La empresa Grace Container S.A. de C.V.

Fuente: Imagen tomada por el autor

Sistemas regionales de innovación participativos (sríp): una propuesta metodológica para la determinación del potencial exportador en el estado de hidalgo

Yolanda Sánchez Torres

Liliana de Jesús Benavente

Comercio Exterior/ICEA-Universidad Autónoma el Estado de Hidalgo

Resumen

Bajo la perspectiva de reestructuración capitalista y globalización, el carácter localizador de los procesos de acumulación de capital e innovación tecnológica juega un papel central no sólo en las posturas teóricas sobre la relevancia de los factores y condiciones vinculados al territorio, sino también en la definición de la planeación estratégica de largo plazo que determina la competitividad asociada a la complejidad de las relaciones económicas y sociales circunscritas en una región geográfica en particular. Así el objetivo del presente trabajo es desarrollar una propuesta metodológica que permita determinar el potencial exportador en el estado de Hidalgo, a través de la combinación de elementos propios de los Sistemas Regionales de Innovación, en cuanto a la revalorización de la dimensión territorial con un enfoque innovador técnico y socialmente; y la planeación participativa del acercamiento con los agentes protagónicos y estratégicos vinculados al comercio exterior.

Palabras claves: Sistemas Regionales de Innovación Participativos, potencial exportador, Hidalgo.

Introducción

La dinámica de la economía mundial se caracteriza por una constante de incertidumbre y cambios profundos que demanda un sector externo sólido como factor clave del crecimiento de las economías locales y, con ello, las bases de un desarrollo sostenible y equitativo.

Lo anterior exige visualizar el comercio internacional, dentro del fenómeno de revalorización de la dimensión territorial en los procesos contemporáneos de desarrollo, con un despliegue de factores económicos, políticos, sociales y ambientales en donde se destaque el papel de las regiones y las localidades, no sólo en la economía nacional sino también mundial (Bitar, 2014).

En un contexto en donde el comercio internacional es causa y efecto del proceso de globalización, como un proceso cíclico de retroalimentación, es difícil concebir al desarrollo económico sin comercio, pero aún más, el lograrlo sin una definición e implementación clara de las estrategias territoriales, particularmente en materia de comercio exterior, bajo las premisas de la innovación y complejidad de las relaciones económicas y sociales. Por ello, se consideran los planteamientos del modelo de los Sistema Regional de Innovación.

La experiencia demuestra que los proyectos sólo tienen éxito cuando se basan en el esfuerzo propio de los grupos destinatarios. La planeación debe partir del conocimiento pleno de la realidad y desde luego del contacto permanente con la población en el entramado de la complejidad de redes sociales y económicas que se gestan al interior de un territorio. Por ello, se hace necesario en primera instancia el reconocimiento del papel que

desempeñan los diferentes agentes económicos y sociales que forman parte de una región, a través de la implementación de la metodología ZOPP (por sus siglas en alemán Ziel-Orientierte Projekt-Planung, en español: Planeación de Proyectos Orientada a Objetivos), como un sistema de procedimientos e instrumentos para una planificación de proyectos orientada a objetivos.

Bajo esta perspectiva es que se circunscribe el presente trabajo con la finalidad de desarrollar una propuesta metodológica que permita determinar el potencial exportador para el estado de Hidalgo, a través de la combinación de elementos propios de los Sistemas Regionales de Innovación y de la metodología ZOPP; definiendo con ello las estrategias geo-referenciadas secto-regionalmente (Bendesky, 1994), con un enfoque innovador técnico y social, y el involucramiento de los agentes protagónicos y estratégicos vinculados al potencial exportador del estado.

Desarrollo

La propuesta metodológica referenciada, es una combinación de los SRI y de la metodología de planeación participativa por lo que para entender el alcance de los Sistemas Regionales de Innovación Participativos (SRIP), es necesario describir la composición de cada una de ellas.

Sistema Regional de Innovación (SRI)

Cada lugar es, al mismo tiempo, objeto de una razón global y de una razón local que conviven dialécticamente (Rosales, 2009). Bajo este enfoque los SRI representan un acercamiento apropiado cuando se tiene como horizonte la posibilidad de un desarrollo endógeno en un mercado globalizado.

Los SRI, tienen como parte de su fundamento teórico, las teorías de la competitividad sistémica y del desarrollo endógeno, pero además busca dar cuenta de cómo las cosas están ocurriendo actualmente, para poder aprovechar las oportunidades presentes en el territorio y alcanzar un estado deseado en el futuro (Montero, 1999).

Un SRI puede ser definido como un —conjunto de redes de agentes públicos, privados y educacionales que interactúan en un territorio específico, aprovechando una infraestructura particular, para los propósitos de adaptar, generar y/o difundir innovaciones tecnológicas (Carlson y Stankiewicz, 1991:65). Se dice que es una estructura que genera, desarrolla, transfiere y comercializa innovación a favor de un crecimiento competitivo regional y en consecuencia del bienestar de la sociedad.

La experiencia contemporánea demuestra que a largo plazo, el crecimiento económico debe sustentarse cada vez más en la potencialidad del capital físico, humano y el conocimiento (ciencia y tecnología), como pilares del aumento de la productividad, con la participación de los diferentes actores (empresas e instituciones) que generen una sinergia sistémica y social. Donde la innovación se presenta como un elemento central que posibilita no sólo la competitividad, sino también la colaboración de los involucrados (Moncayo, 2003).

Los modelos de los SRI, son una aplicación de los conceptos de eficiencia colectiva y competitividad sistémica a un área estratégica para el desarrollo de los países y los territorios, en donde la conexión productiva de la comunidad local se ve reflejada en la creación de redes innovadoras, entendidas como —un nudo de relaciones entre actores que se benefician de pertenecer a ellas, que ayudan a difundir el conocimiento tácito. Por ello es

importante que la aplicación de un modelo SRI tenga presente en todo momento tres elementos conceptuales (Montero, 1999):

- a) Redes sociales: para la conformación de los sistemas de innovación.
- b) Dimensión territorial y carácter local de la difusión de conocimiento: para determinar la evolución y difusión de las innovaciones.
- c) Carácter tácito de la difusión de conocimiento: para permitir la acumulación tecnológica basada en la experiencia y contactos interpersonales.

Para poder implementar un modelo SRI, es necesario tener sumamente claro los principales desafíos productivos de la región de estudio, pudiéndose determinar en base a los datos secundarios disponibles sobre el perfil económico-productivo regional, su situación social, la oferta educacional disponible y la infraestructura científico-tecnológica existente. Sin embargo la validación del análisis, debe realizarse en conjunto con los actores regionales, como parte de una visión compartida del presente y el futuro. Las instituciones externas sólo son apoyo que proveen medios que facilitan y potencializan el crecimiento regional, pero la orientación y el contenido del proceso de desarrollo radica justamente en la capacidad de la acción colectiva. Por ello se propone la implementación de la metodología de planeación participativa, puesto que responde a la modelación de los SRI, comenzando por una perspectiva de análisis no tradicional de abajo hacia arriba.

Planeación Participativa (ZOPP)

Este método es participativo, reflexivo y de toma de decisiones por consenso, con equipos de trabajo interdisciplinarios y sin diferencia de jerarquías entre sus participantes. El fundamento de trabajo es un diagnóstico participativo, con una visión conjunta y una estrategia de acción concertada entre los participantes que permita diseñar un concepto de trabajo (plan, programa o proyecto) para alcanzar cambios positivos al nivel que se requiera.

Los aspectos a considerar en la metodología ZOPP son los siguientes (GTZ,1995):

a) *Árbol de Problemas*. Es el diagnóstico de la situación, realizado a partir de la identificación del problema central y la visualización y análisis de las causas y efectos que origina dicho problema.

b) *Árbol de Objetivos*. Es un instrumento para la toma de decisiones, por ello, también se le llama *Árbol de Decisiones* y describe la situación deseada a la que se quiere llegar mediante la solución de los problemas, transformando las relaciones causa- efecto en relaciones medios-fines.

c) *Análisis de Involucrados*. Se caracterizan todas las personas, grupos y organizaciones involucradas directa e indirectamente con el proyecto, indicando sus funciones, intereses, fortalezas y debilidades.

d) *Matriz de Planeación de Proyecto (MPP)*. En ella, se expresa, de manera integrada, la estrategia de ejecución del proyecto, misma que comprende la definición del objetivo

superior, objetivo del proyecto y la relación de resultados y actividades, así como sus indicadores verificables objetivamente y supuestos.

e) *Planeación Operativa de Proyecto*. Contiene una desagregación de las actividades principales contenidas en la Matriz de Planeación de Proyecto (MPP) en subactividades, con una asignación de atributos que permiten hacer administrables o monitoreables las actividades, como resultados esperados, fechas de ejecución, responsables y los supuestos.

En México, la Planeación Participativa se ha aplicado para diseñar el manejo integral de acuíferos; elaborar e implementar planes de desarrollo municipal de corto y largo plazo (municipios de Actopan y Acaxochitlán, Hidalgo) (Terrones, 2013); y en el diagnóstico y diseño de estrategias de desarrollo en los sectores textil, comercio, tabique y lácteo en los municipios de Cuauhtepc de Hinojosa, Santiago Tulantepec de Lugo Guerrero y Tulancingo de Bravo, Hidalgo (Sánchez *et al.*, 2014)

Talleres de Planeación Participativa: La instrumentación de la metodología del ZOPP se da a través de talleres con los involucrados. El número de ellos y la etapa de planificación dependerán del asunto en cuestión, considerando a quién se da participación y en qué forma. La Planeación Participativa sirve para desarrollar la concepción del proyecto a partir del punto de vista de los afectados (Terrones y Sánchez, 2010).

El número y tiempo necesario para la realización de los talleres de planeación participativa depende de, entre otros factores, la problemática a tratar, la dinámica de trabajo, la logística de los talleres (lugar de realización de los talleres, disponibilidad de los participantes),

cobertura de la planeación y apoyos económicos. En general, el tiempo promedio para la realización de los talleres de planeación participativa es de 30 a 48 horas.

Cabe señalar, que bajo el planteamiento de la planeación participativa y los SRI, la vinculación empresa-universidad se convierte en un fenómeno obligado, donde las Instituciones de Educación Superior (IES), como la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo juegan un papel clave como generadoras y transmisoras del conocimiento, en un trabajo colaborativo con el sector productivo de las regiones en donde tienen incidencia a favor de un mayor desarrollo regional y en consecuencia del bienestar de la sociedad.

Región de Estudio

Como se sabe, México inicia su proceso de apertura con la formalización de su incorporación en 1986, al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés General Agreement of Tariffs and Trade), hoy Organización Mundial del Comercio (OMC), y posteriormente con la entrada en vigor del TLCAN en 1994, que sextuplicaría el comercio con estos países para 2012, con una tasa de crecimiento promedio anual del 10.9%.

En la actualidad, México es el segundo país en el mundo con más tratados comerciales, sólo por debajo de Chile, teniendo 10 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). Aunado a ello, 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 Económico (OCDE) y la ALADI (SE, 2014).

Pese a ello, existen serios cuestionamientos acerca de los beneficios que esto ha representado para México, puesto que aunque inicialmente el comercio registró tasas de crecimiento del 18%, entre 1993-2000, terminaría por disminuir e incluso alcanzar tasas negativas del -21.15% en 2009, aunado a ello cerca del 80% del comercio se sigue dando con Estados Unidos y la composición de las exportaciones prácticamente sigue sin cambio. Para 2013 (INEGI, 2014) el 11.5% de las exportaciones correspondieron a petroleras y el 88.5% a no petroleras. Dentro de las no petroleras el 84% eran manufactureras y el 3.2% agropecuarias. En relación a las primeras el capítulo 87 representó el 20.4% de vehículos terrestres y sus partes, el 21.1% aparatos mecánicos, combustibles minerales y subproductos el 13.5%. Respecto las agropecuarias destacan las de posición privilegiada en el comercio mundial como lo es el jitomate con el 12.5% de las exportaciones agropecuarias, aguacate (10.15%), limón mexicano, pepino, pimiento morrón, y una serie de frutas con una posición competitiva considerable, al igual que camarón, ganado vacuno en pie y otros tipos de pescado por señalar algunos.

En relación al estado de Hidalgo, está integrado por 84 municipios, de manera natural, por tres grandes regiones muy diferentes entre ellas: (a) una parte plana y baja al norte, la Huasteca; (b) otra montañosa al centro, la Sierra; y (c) una tercera más grande, alta y casi plana al sur, denominada el Altiplano. A su vez, la Sierra y el Altiplano se dividen en partes más pequeñas, que junto con la Huasteca conforman las diez regiones naturales en que se divide el estado de Hidalgo, como se muestra en el Mapa 1: (1) Huasteca (Mapa 1); (2)

Sierra Alta; (3) Sierra Baja; (4) Sierra Gorda; (5) Sierra de Tenango; (6) Valle de Tulancingo; (7) Comarca Minera; (8) Altiplano; (9) Cuenca de México; y (10) el Valle del Mezquital. Véase Figura 1.



Figura 1. Mapa: Regiones del estado de Hidalgo

Fuente: Regiones naturales, gobierno del estado de Hidalgo en http://pruebas160.hidalgo.gob.mx/HTML5/estado/regiones_naturales.html

El Estado de Hidalgo cuenta con una ubicación geográfica estratégica en el centro del país, con una cercanía y pertenencia al mercado más importante de la República Mexicana, en un radio de 150 kilómetros que concentran 33 millones de personas con la consecuente y creciente demanda de servicios y productos. La importancia de esta pertenencia, radica en que esta región¹⁴⁴ de México genera el 40% del Producto Interno Bruto del país, captando cerca del 70% de la inversión extranjera directa y contribuyendo con el 40% de las

¹⁴⁴ Contempla los estados de México, Puebla, Tlaxcala, Veracruz, San Luis Potosí, Querétaro e Hidalgo

exportaciones a nivel nacional (SEPLADER, 2012). Así, aunque el estado de Hidalgo, no ha sido el más participativo en este proceso, en la última década ha presentado una mayor dinámica puesto que pasó de ser deficitario en el periodo 2000 al 2004, a superavitario del año 2005 al 2009. Los principales productos de exportación durante el periodo de enero a diciembre de 2009 fueron vehículos y material para vías férreas, algodón, prendas y complementos de vestir, caucho y sus derivados, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, teniendo como principales municipios exportadores a Cd. Sahagún en Tepeapulco, Molango, Ajacuba y Tepeji del Río.

El estado de Hidalgo se perfila como uno de los estados con fuerte dinamismo en la economía nacional y aprovechamiento de su posición estratégica para un mayor desarrollo del comercio vinculado al mercado mundial en tres sectores estratégicos como son: alimentos, bebidas, tabaco y confitería; óptica y procesamiento metal-mecánico; y productos de la construcción y equipamiento; sin demeritar el sector textil (SEPLADER, 2012).

A pesar del esfuerzo que se ha tenido por instituciones federales como Proméxico y estatales como Corporación Internacional Hidalgo (COINHI), ambas dependientes de la Secretaría de Economía (SE), la posición estratégica de inserción al mercado mundial del estado de Hidalgo, a la que se aluden en diversos foros, carece de un diagnóstico sobre el potencial exportador que pueda tener el estado. Por ello, la necesidad de generar una propuesta metodológica que pueda determinar este potencial exportador en el estado, pero sobre todo bajo esquemas innovadores de regionalización sistémico y participativo de redes de colaboración, que permitan aprovechar su posición competitiva, a favor, no sólo de un

mayor flujo en el comercio internacional, sino como un elemento que posibilite alcanzar un mayor desarrollo para cada una de las 10 regiones que conforman el estado de Hidalgo. En esta directriz es que se desarrolla la propuesta de los SRIP.

Los Sistemas Regionales de Innovación Participativos (SRIP)

Como se ha señalado anteriormente, los SRIP son una combinación de los SRI con esquemas participativo. Se puede decir que es una versión ampliada de la convencionalidad de los SRI, en donde están presentes cuatro elementos centrales:

Territorialidad: La dimensión de la territorialidad, sin duda es un elemento central dentro de esta propuesta metodológica, puesto que en primera instancia al ubicar esta localización se podrá entender la lógica de la causalidad de elementos geográficos, económicos, sociales y políticos. La organización del territorio permitirá revalorizar su papel en los proceso de globalización, pero desde una visión endógena con proyección al exterior y no como habitualmente sucede de supeditación a la dinámica de estos procesos.

Innovación: Puede ser conceptualizada de diferente manera, tradicional o convencionalmente ha sido entendida como aquel proceso que crea algo nuevo, materializado generalmente en invenciones. La innovación como parte la propuesta metodológica de los SRIP, va más allá del carácter meramente tecnológico, se vincula con la forma de generar un conocimiento sistémico, en cuanto a procesos, modelos, recursos y estrategias en el aspecto técnico, económico y social. En consecuencia, la innovación se convierte en un elemento que posibilita la creación de una competitividad sistémica que permite a las economías locales insertarse asertivamente dentro de la dinámica de la

economía mundial. y en consecuencia de una inclusión social que provea un mayor desarrollo con menor desigualdad.

Sistematización-redes: Para los SRIP es importante que el análisis se visualice como un engranaje de partes que forman un todo, determinando el funcionamiento sistémico del mismo. De tal forma que el entorpecimiento de una de sus partes entorpece o paraliza el sistema. Por ello es importante conocer a detalle cómo se enlazan y determinan entre ellas. En este sentido el reconocimiento de las redes de vínculos resulta ser un elemento esencial para el entendimiento de la funcionalidad del sistema en una dimensión territorial, así como para el alcance y la forma de instrumentar ese engranaje asertivamente, dentro de la metodología de los SRI.

Participación: La presencia de constantes crisis, como en la que actualmente se encuentra inmersa la economía mundial, conlleva a soslayar los constantes cuestionamientos sobre la creencia de tener un mayor desarrollo para las economías locales, bajo los actuales procesos de acumulación de capital que cada vez arrojan mayores desigualdades a nivel global y local. Frente a ello se reflexiona sobre las formas de generar ese desarrollo; y quizás esta sea una de las razones que expliquen esa desigualdad. Generalmente la toma de decisiones le compete a quienes no son parte de esa realidad, en un sentido vertical descendente (de arriba hacia abajo). De tal forma que se da una contrariedad entre quienes toman y para quienes se instrumentan esas decisiones, fracasando una y otra vez las diferentes propuestas que se toman.

Así, los SRIP asignan un papel trascendental al involucramiento o participación de los diferentes agentes protagónicos en la toma de decisiones, desde el propio

reconocimiento de la problemática, el diseño de estrategias de solución hasta la operatividad y seguimiento de las mismas. Es necesario que parta de la realidad y se adecue a la misma, involucrando a quienes forman parte de ello, considerando los elementos de análisis anteriormente señalados.

Los SRIP, sin duda puede representar una propuesta metodológica que permita determinar de manera asertiva el potencial exportador del estado de Hidalgo al considerar los cuatro elementos anteriores: territorialidad, innovación, sistematización de redes y participación. Es importante la definición territorial en el que interactúan agentes económicos dentro de un entramado social de redes de poder y colaboración participativa, generando así esquemas innovadores de participación en los mercados internacionales en apego a la normatividad del comercio y el aprovechamiento de las diferentes modalidades de acuerdos comerciales que actualmente tiene México; y particularmente Hidalgo, por su ubicación estratégica en el flujo de mercancías.

La implementación de la metodología SRIP en el estado de Hidalgo para determinar su potencial exportador involucraría diferentes etapas:

Exploración: Esta etapa se buscaría contextualizar la situación actual de la actividad exportadora en el estado, a través del contacto con aquellas instituciones involucradas en el comercio exterior en el estado de Hidalgo, así como la consulta de fuentes documentales secundarias y bases de datos oficiales, con el fin de identificar los recursos disponibles y focos de innovación de agentes protagónicos de cambio, vinculados a la actividad exportadora en la región de estudio.

Diagnóstico: Con la implementación de los talleres de planeación participativa se establecerán los vínculos con todos aquellos agentes que se desempeñen dentro de la actividad exportadora o tengan potencialidad para incursionar en el mercado internacional en el estado, dentro de un análisis de revalorización de la dimensión territorial y bajo una perspectiva innovadora y la morfología de las redes, es decir, la conectividad entre los actores en el plano económico, político y sociocultural.

Diseño de Estrategias: Partiendo del diagnóstico se definirán las estrategias de innovación (tecnológica, organizativa, de gestión, entre otras) que deberán implementarse para detonar el potencial exportador del estado, esquematizadas a través de la Matriz de Planeación del Proyecto. Determinando así los focos de innovación estratégica territorial productiva y la tipología de red de los sectores productivos orientados a la exportación como alimentos, textil, metalmecánico, entre otros, bajo esquemas participativos.

Implementación de estrategias: Esta fase corresponde a la parte operativa de los diferentes proyectos y líneas de acción que se hayan sido seleccionadas por consenso que permita detonar el potencial exportador en el estado de Hidalgo. De igual manera se establecen la responsabilidad de los involucrados en el entramado de las redes de vínculos, de tal forma que pueda monitorearse el seguimiento de las acciones desarrolladas.

Evaluación: La última fase consistiría en dar seguimiento sobre el alcance de metas en los diferentes plazos, valorando la metodología SRIP como detonante del desarrollo regional a partir del potencial exportador, que pueda ser referenciado para otras regiones, ámbitos o sectores.

Conclusiones

La propuesta metodológica de los Sistemas Regionales de Innovación Participativos a los que se hace referencia en el presente estudio, responde a la necesidad particular de determinar el potencial exportador en el estado de Hidalgo, como parte del programa en Comercio Exterior en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, puesto que las estadísticas distan mucho de la realidad. Existen muchas especulaciones y poca seriedad de los trabajos en este sentido, limitado en muchas ocasiones por la falta de un método apropiado de poder llevarlo a cabo. Por ello, se desarrolla la presente propuesta con el afán de que esta metodología pudiera contribuir a esta tarea, o sumarse a otras ya existentes.

Como se ha señalado con antelación, los SRIP se desprenden de los SRI y de los procesos participativos, de tal forma que aunque ambos han sido implementados para diferentes fines en países distintos. Estos no han sido implementados conjuntamente, por lo que se considera que es novedosos y conveniente para determinar el potencial exportador en el estado de Hidalgo al retomar los cuatro elementos fundamentales de análisis del SRIP: territorialidad, innovación, sistematización de redes y participación.

La metodología que aquí se presenta es una propuesta, que tiene el firme propósito de ser llevada a la práctica en un corto tiempo para determinar el potencial exportador en el estado de Hidalgo, pero sobre todo para implementar acciones muy concretas en el mediano y largo plazo que detonen esta potencialidad en las diferentes regiones del estado a favor de un mayor desarrollo económico y social. , así como el vínculo con otras instituciones.

Finalmente la implementación de este ejercicio involucrará la participación de académicos, investigadores y alumnos en un trabajo multi e interdisciplinario que permitirá conformar

redes de conocimiento entre el sector empresarial, instituciones educativas, como la UAEH, y dependencias gubernamentales, aprovechando las sinergias institucionales y el conocimiento especializado del programa en Comercio Exterior, a favor de la transferencia de conocimientos y tecnología, aumentando con ello la competitividad de las empresas a nivel internacional.

Bibliografía

Bitar, S., (2014) *Las tendencias mundiales y el futuro de América Latina*. CEPAL-Gestión Pública, No. 78.

Bendesky, L., (1994) *Economía regional en la era de la globalización*, Comercio Exterior, nov., México D.F., p.989.

Carlson, B., Stankiewicz, R., (1991) —On the nature, function and composition of technological systems, *Journal of Evolutionary Economics*, 1 (2), 93-118.<http://link.springer.com/article/10.1007%2FBF01224915#page-2> (fecha de consulta 10 de enero 2014).

GTZ (Agencia Alemana de Cooperación Técnica: Team Technologies), (1995) *Marco orientativo para la ejecución de proyectos de la Cooperación Técnica alemana a través de la GTZ*. México: GTZ.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), (2014) Balanza Comercial En México, disponible en http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/economicas/exterior/mensual/ece/bcmm.pdf (consultado el 5 de enero de 2014).

Moncayo J., E., (2003) *Geografía Económica de la Comunidad Andina: las regiones activas en el mercado comunitario*. Bogotá, Colombia, disponible en http://www.comunidadandina.org/Upload/20116418841libro_geografia.pdf(consultada el 27 octubre de 2013).

Montero C., Pablo M., (1999). *Territorio, competitividad sistémica y desarrollo endógeno: Metodología para el estudio de los Sistemas Regionales de Innovación*. http://www.academia.edu/3368448/Territorio_competitividad_sistemica_y_desarrollo_endogeno._Metodologia_para_el_estudio_de_los_sistemas_regionales_de_innovacion (fecha de consulta 9 de diciembre de 2013).

- Rosales, O. V., (2009) —La globalización y los nuevos escenarios del comercio internacionall. Revista CEPAL, No. 97, disponible en <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/revista/noticias/articuloCEPAL/9/35849/P35849.xml&xsl=/revista/tpl/p39f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xslt> (fecha de consulta 18 de noviembre de 2013).
- Sánchez, Y.; Terrones, A. y Domínguez, B. (2014) —Evaluación de proyectos productivos y conformación de redes en la región Tulancingo, Hidalgo, Reporte Técnico.
- SE (Secretaría de Economía) (2014) Tratados comerciales de México. <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/tlc-acuerdos>, (consultada el 13 diciembre 2013).
- SEPLADER-Hidalgo (Secretaria de Planeación y Desarrollo Regional) (2012) —Competitividad para el desarrollo económico sustentable, en <http://seplader.hidalgo.gob.mx/PED/documentos/eje2.pdf>, (consultada el 17 de diciembre de 2013).
- Terrones, A. y Sánchez, Y., (2010). *Planeación participativa: Teoría y práctica*. México: Plaza y Valdés y Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Terrones Cordero, Aníbal. 2013. Planeación participativa para elaborar un plan de desarrollo municipal: el caso de Acaxochitlán, Hidalgo. *Economía, Sociedad y Territorio* XII (42): 521-559.

Evaluación del TLCAN a 20 años de su implementación

Experiencias exitosas de la exportación de tomate a partir de la apertura del TLCAN

Dulce María Castro Reyes

Estudiante de la licenciatura en Comercio Exterior – UAEH

Dr. Adrián González Romo

Profesor investigador Comercio Exterior – UAEH

Resumen

A partir de la apertura del tratado de libre comercio de América del Norte (TLCAN), las ventajas para los productores mexicanos han aumentado en forma considerable ya que gracias a este tratado la exportación de tomate a Estados Unidos y Canadá que se ha incrementado por lo que ha posicionado a México en el ranking N°1 de exportaciones, destacando al Estado de Sinaloa como el productor más importante, ocupando el 21.8% de la producción total del país. La tasa real de crecimiento del sector agroalimentario es de 30.4%, mientras que las exportaciones agroalimentarias de México a sus socios TLCAN se triplicaron, alcanzando 9.8 mil millones de dólares en 2005.

El sector agroalimentario mexicano ha recibido 4,200 millones de dólares en IED de Canadá y los Estados Unidos. Esta cantidad representa 55.7 % de la inversión total recibida por dicho sector durante ese periodo.

Palabras Clave: Apertura TLCAN, Economía Mexicana, Exportación de tomate,

Ventaja comparativa

Introducción

A lo largo de los últimos años, nos hemos preguntado si realmente existen ventajas tangibles de los productores mexicanos ante la apertura del tratado de libre comercio (TLCAN) y con ello conocer cuáles han sido los aportes obtenidos.

Dicha interrogante surge a partir de que es un tema que ha tenido gran auge en la actualidad ya que nos hemos dado cuenta gracias a investigaciones realizadas que el TLCAN es amplio respecto a los méritos, riesgos y limitaciones del libre comercio entendido por el termino ganadores y perdedores tanto en corto como largo plazo y en este tratado no es la excepción.

El objetivo planteado en la investigación fue: Valorar el impacto del TLCAM en la producción, competitividad del tomate rojo, economía mexicana ante la apertura de este tratado así como las ventajas que se han visto ante la apertura de este tratado.

La demanda del tomate mexicano en el mercado estadounidense se relaciona con la cercanía, competitividad en precio y calidad, buen sabor, larga vida de anaquel y por el descenso de la producción de esta hortaliza en Estados Unidos durante el invierno.

En el 2000 México aportó 590 toneladas (80.8%) de tomate fresco a los E.U., seguido por Canadá (13.9%) y de los países bajos (3.8%). El tomate mexicano aportó 12.8% del valor de la exportación agropecuarias de México (3,655.2 millones de dólares), y 25.4% del valor de las exportaciones de legumbres y hortalizas frescas (INEGI, 2001), por el motivo, la importancia económica para México en las exportaciones de hortalizas frescas y de tomate rojo, y su alta dependencia del mercado internacional, ha motivado diversas investigaciones, sobre la competitividad de estos cultivos, Matus y Puentes (1993); y

Padilla (1992), elaboraron estudios de rentabilidad y competitividad de los paquetes actuales y potenciales de los principales cultivos para el inicio otoño-invierno (1990/1998)

Tecnología de producción del tomate.

En Sinaloa, el cultivo de tomate en invernaderos y casas sombra ha ganado importante terreno en los últimos años.

La inversión en tecnología punta es cada vez más común entre los productores. En la temporada 2007-2008 se sembraron 146 hectáreas más de tomate bola bajo techo que la temporada anterior, lo que representa un incremento del 24 por ciento en cuanto a lo sembrado usando esta técnica.

Aunque el hectareaje a cielo abierto bajó un poco, señaló el gerente de la CIDH, el incremento de cultivos en invernaderos ha ido aumentando. En la temporada 2006-2007 se sembraron 620 hectáreas de tomate de invernadero, mientras que en la 2007-2008 subieron a 766 hectáreas. Sánchez, (2008)

La gran producción de Jitomate en el Estado de Sinaloa es en consecuencia del uso intensivo de tecnología, así como novedosas formas de producir que fueron surgiendo en la región. Por ejemplo la implementación de la vara permitió una mejora cuantitativa y cualitativa, ya que se logró incrementar los volúmenes de cosecha, pero también la calidad y apariencia del producto al disminuir su contacto directo con el suelo.

Uno de los instrumentos tecnológicos para el logro total de la producción es el tractor ya que en hasta la década de los 30 del siglo XX, la fuerza animal fue la encargada no solo de trasladar las cosechas, sino también de las actividades culturales en los valles sinaloenses; a

partir de este periodo se inicia la tractorización de la agricultura en la entidad, aunque de manera lenta y gradual. La rentabilidad de esta maquinaria para el cultivo del jitomate fue aumentando en gran medida que fue una necesidad para aumentar la producción, ahorrando tiempo.

Cabe mencionar que entre las unidades de producción predomina el uso de tractor rentado, ya que el tipo de derecho propio solo se invierte en las que tienen más de 100 hectáreas.

INEGI (2007)

La agricultura orgánica es un uso más tecnológicamente no obstante se caracteriza por no utilizar agroquímicos, se desarrolla bajo un instrumento de insumos naturales y se instrumentan buenas prácticas agrícolas que protegen al medio ambiente, con el fin de generar un modo de producción autosustentable en el largo plazo y de obtener producción autosustentable en el largo plazo y de obtener productos libres de residuos tóxicos, es por ello que estos agroalimentos tienen mayor precio que los cultivados con otro métodos.

Superficie con invernadero, a principios del siglo pasado, los rendimientos por hectáreas en la producción de tomate eran bastante bajos, y no rebasaban las 4 toneladas, no obstante las condiciones exigían a los productores cosechas más abundantes y de óptima calidad; lo anterior obligo a los agricultores a ampliar la frontera agrícola, expandiéndose por los valles con la finalidad de satisfacer al mercado; sin embargo, con el paso del tiempo se dieron cuenta que practicar la agricultura extensiva no era la mejor para su negocio, y empezaron a utilizar abonos naturales y fertilizantes, así como mejoras en los sistemas de riego con la finalidad de ser más productivos.

En la búsqueda de incrementar la productividad como surge la agricultura protegida, hasta llegar en la actualidad a modernos invernaderos donde es posible alcanzar cosechas, en una hectárea sembrada, de hasta 120 toneladas de producto de óptima calidad para su exportación.

Además de los factores mencionados anteriores, existen otros elementos que permiten incrementar la productividad en el campo sinaloense, como el uso de fertilizantes, semilla mejorada, abonos naturales, herbicidas, insecticidas, entre otros.

Se dice que 496 las unidades de producción que registran al menos una de estas características, sobresaliendo por su frecuencia el uso de fertilizantes, así como de insecticidas y herbicidas para el manejo y control plagas y más hierbas que pueden mermar el rendimiento de las plantas de no ser controladas eficientemente. (INEGI, 2007)

El debate actual en torno a los logros comerciales a partir del TLCAN

Para el desarrollo de este tema se han llevado a cabo diversos debates en el que siempre existirán los que se pronuncian a favor y los que están en contra, es en torno a esto que gira este apartado.

Sus defensores mantienen que sin TLCAN las exportaciones de México y el *boom* de las inversiones directas extranjeras no habrían ocurrido. Más aun consideran este acuerdo como la razón fundamental que reside en la rápida recuperación de la economía mexicana después de la aguda crisis que sufrió en el año 1995. Si no se hubiese firmado el acuerdo. Sostiene, el Departamento del Tesorería de los Estados Unidos no habría autorizado tan rápidamente el préstamo de 50 billones de dólares para México. En este mismo sentido Jaime Serra – Secretario de Comercio de México en el momento de la firma (en el año

1992) – argumenta que el TLCAN fue muy beneficioso para México (Serra, 2004). En un reciente estudio publicado por el Banco Mundial sobre esta cuestión (Lederman et al., 2014) se concluye que sin el TLCAN el total de las exportaciones de México hubiesen sido un 25% más bajas, el flujo de las inversiones directas extranjeras un 40% más bajo y su ingreso per cápita un 5% más bajo que en la actualidad. Admiten que el TLCAN por sí mismo no puede garantizar la convergencia económica con los E.E.U.U. pero, a pesar de esto, concluyeron que el acuerdo de comercio ayudó a acercar el nivel de desarrollo de México al de sus socios comerciales.

Por otro lado, los que se oponen sostienen que los beneficios del TLCAN han concentrado en un número muy limitado de empresas, de actividades e incluso de regiones, y que fueron mayores los efectos adversos sobre el conjunto de la economía. Weisbrot et al. (2004), en su revisión crítica del análisis econométrico que se lleva a cabo en el citado estudio del Banco Mundial, llega a una conclusión opuesta: el TLCAN redujo el crecimiento del ingreso per cápita medio de México y el incremento de las diferencias salariales entre trabajadores cualificados y los no cualificados. El resultado neto fue una reducción del desarrollo económico potencial en el largo plazo y una ampliación de las diferencias entre los ricos y los pobres. Es importante señalar que esas reacciones tan opuestas al TLCAN no son exclusivas de México.

Un punto de vista más equilibrado es el que prometen *Audley et al. (2003)*, quienes concluyen que para México, en conjunto, —el TLCAN no ha sido ni el desastre que padecían sus opositores ni la salvación que aclamaban los que lo apoyaban‖ subrayan que cuando nos fijamos en —sus efectos sobre las vidas y el bienestar de las gentes y de las familias‖, se observa un impacto muy adverso del TLCAN sobre el medio rural y la

población más vulnerable, a esto añaden que el TLCAN deterioro el mercado de trabajo mexicano señalado que, aunque el periodo 1994-2012 el empleo en la industria creció 500,000 puestos, en estos mismo años el sector agrícola perdió 1.3 millones empleos.

Por otro lado analizaremos el impacto que ha tenido el TLCAN en el sector agrícola ya que a raíz de este acuerdo se liberalizó la comercialización entre estos tres países participantes en dicho tratado, este tratado resultó en una apertura completa en el comercio agrícola entre México y Estados Unidos, y una apertura comercial a menor grado con Canadá. Por lo que la porción agrícola del tratado considera en acuerdo tripartito, México – Estados Unidos, Canadá – Estados Unidos, Canadá – Estados Unidos (CUSTA), y México – Canadá (Terry L., 2011)

El TLCAN progresivamente eliminó casi todas las tarifas y cuotas arancelarias al comercio agrícola entre estos tres países durante un periodo de transición que empezó el primer de enero de 1994 y concluyó el primer de enero de 2008. Las barreras de comercio agrícola entre México y Estados Unidos fueron eliminadas completamente el primero de enero de 2008. Hubo cuatro periodos de eliminación arancelaria: inmediata, 5 años, y 5 años para los productores agrícolas más sensibles.

Este tratado también facilita las inversiones del otro lado de la frontera, requiere estándares sanitarios y fitosanitarios para el comercio que sean basados científicamente, y expande la cooperación en cuanto al ambiente y mano de obra, el tratado también contiene un procedimiento para resolución de disputas, y procedimientos para consultas regulares TLCAN se ha convertido en el modelo para otros tratados de libre comercio regionales.

La economía mexicana después del TLCAN

Basándonos al sector agrícola que es al sector al que nos enfocaremos debido a que el producto que analizaremos será el caso del Jitomate y observamos que los niveles de crecimiento al firmar este tratado Entre 1993 y 2005 el sector agroalimentario fueron alrededor de 30.4%, situación que triplicó las exportaciones agroalimentarias de México a sus socios TLCAN, alcanzando 9.8 mil millones de dólares en 2005.

Incluso, el sector agroindustrial presentó una tasa de crecimiento de 519.1%. En 2005, México fue el primer proveedor de los Estados Unidos, en 226 productos de los 2,070 que conforman la tarifa estadounidense, esto es un aumento del 67.4% comparado con 1993, año previo a la entrada en vigor del TLCAN. En los primeros 5 meses de 2006 la balanza comercial agrícola en la región del TLCAN muestra por primera vez un superávit para México. Las exportaciones alcanzaron 5.7 mmd, mientras que las importaciones fueron de 4.8 mmd. Más de 50% de las importaciones agroalimentarias de México provenientes de sus socios TLCAN corresponden a bienes intermedios que son necesarios para la producción mexicana.

El sector agroalimentario mexicano ha recibido 4,200 millones de dólares en IED de Canadá y los Estados Unidos. Esta cantidad representa 55.7 por ciento de la inversión total recibida por dicho sector durante ese periodo (Moreno, 2005)

Según la Secretaria de Economía con el TLCAN, en 12 años de apertura se triplicó el comercio entre México, Estados Unidos y Canadá por lo que el intercambio de mercancías alcanza los 2 mil millones de dólares diarios, en datos específicos entre 1993 y 2005 la economía mexicana creció 39.8% en términos reales considerando a México como la

décima potencia comercial del mundo y la primera exportadora de América Latina en los últimos doce años México, Canadá y estados unidos han logrado reducir las barreras al comercio trilateral y generar certidumbre para los negocios a través de reglas claras y mecanismos para asegurar su cumplimiento en el marco del tratado de libre comercio de américa del norte (TLCAN).

En estudios realizados por la Secretaria de Economía deriva que en el periodo 1993 al 2005 la economía mexicana creció 39.8% en términos reales. Este crecimiento fue impulsado en buena medida por las exportaciones, ya que el valor de las exportaciones de México a sus socios se multiplicó por 4, para alcanzar 182 mil millones de dólares en 2005. Se pasó de una balanza comercial deficitaria con los socios TLCAN a un superávit de 57.8 miles de millones de dólares en 2005. Actualmente, México es la décima potencia comercial en el mundo, lo que nos coloca como la primera potencia exportadora de América Latina, al representar alrededor del 40% del total de las exportaciones en la región. Secretaria de Economía. (2005). *Con el TLCAN, en 12 años se triplicó el comercio entre México, Estados Unidos y Canadá.* (<http://www.economia.gob.mx/eventos-noticias/sala-de-prensa/comunicados/5858-con-el-tlcan-en-12-anos-se-triplico-el-comercio-entre-mexico-estados-unidos-y-canada>).

Resultados en la exportación de tomate

Según la secretaria de economía el jitomate es el producto agrícola de mayor exportación a los Estados Unidos. Tan sólo en el año 2011 las ventas de tomate mexicano a Estados Unidos sumaron cerca de 2 mil millones de dólares.

Durante los meses de enero a mayo de 2009, el valor de las exportaciones de jitomate de México a EUA ascendió a \$572 millones de dólares (mdd). Asimismo, durante el periodo de junio a agosto de ese año, el valor de las exportaciones fue de \$194 mdd, mientras que de septiembre a octubre alcanzaron un valor superior a \$108 mdd.

A la par de lo anterior, para los meses de enero a mayo de 2010, se registró un nivel de exportaciones de \$929mdd, siendo marzo el mes que registró el mayor valor:\$268 mdd; cifra muy superior a la observada el mismo mes de 2009 de \$162 mdd.

Lo anterior implica que el valor de las exportaciones de jitomate durante el periodo de enero a mayo de 2010, fue superior al observado durante el lapso de enero a octubre de 2009.

Además, al estimar un escenario hipotético de precios bajos durante el periodo de junio a octubre de 2010, el valor de las exportaciones de jitomate sería de aproximadamente de \$230 mdd. En consecuencia, esto implica que el valor de las exportaciones de enero a octubre de 2010 superará en más de 40% al valor observado en el mismo periodo de 2009.

Análisis de coyuntura de jitomate [En línea]. México: Secretaría de fomento a los Agronegocios [Fecha de consulta: 27 de agosto de 2014], Disponible desde internet: <<http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/pablo/Documentos/Coyuntura/Jitomatesept2010.pdf>>, <www.gobiernofederal.gob.mx>.

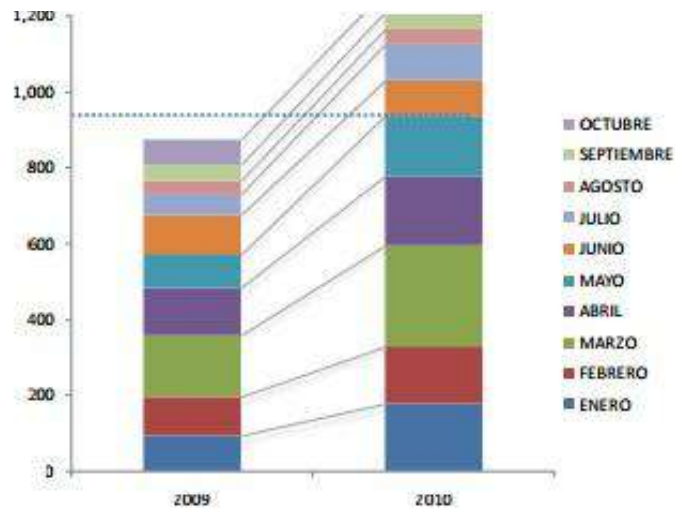


Figura 1. Valor de las exportaciones de tomate de México (Miles de dólares)

Fuente: Banxico del sitio web <http://www.banxico.org.mx/>

Para el mes de agosto y periodo septiembre – octubre 2009-2010

La exportación anual de jitomate registró un crecimiento promedio cercano al 10 por ciento; en 2009 se cultivaron 53 mil hectáreas en las que se obtuvo una producción de 2.3 millones de toneladas, de las cuales el 50 por ciento se destinó al mercado de exportación.

El jitomate es la hortaliza que genera la mayor cantidad de divisas al país con un promedio de mil 200 millones de dólares anuales.

Información de la Subsecretaría de Agricultura de la SAGARPA indica que el principal destino para el tomate rojo es el mercado de los Estados Unidos, a donde las ventas se han incrementado de 987 millones de dólares, en 2006, a mil millones 123 mil dólares en 2009.

El segundo mercado-destino para la hortaliza mexicana fue Canadá, en donde las ventas aumentaron de 108 a 119 millones de dólares en los últimos tres años.

Este fenómeno de crecimiento se debe a que los consumidores prefieren los alimentos naturales, ricos en fibra y de alta calidad, características que reúne el jitomate mexicano con el que se preparan una diversidad de platillos, además de ensaladas, guarniciones y jugos, En México se dedican a la producción de esta hortaliza alrededor de 50 mil productores. Los estados con mayor aportación son Sinaloa, Baja California, Michoacán, San Luis Potosí y Baja California Sur; juntos totalizan el 68 por ciento de la producción nacional.

Como efecto del Programa de Adquisición de Activos Productivos que tiene en marcha la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), la producción de tomate rojo está cambiando del cultivo a cielo abierto a la modalidad de producción en invernadero.

Este cambio de técnica en el sistema de producción repercute en el rendimiento nacional, ya que mientras a cielo abierto se tiene una cosecha de 30 a 40 toneladas por hectárea; en la modalidad de malla sombra se incrementa entre 140 y 160 toneladas, mientras que en invernadero, la producción se eleva hasta 300 o 350 toneladas por hectárea.

El cultivo, cosecha y comercialización del tomate rojo genera 72 mil empleos directos y alrededor de 10.7 millones de empleos indirectos. El valor de la producción se calcula ligeramente superior a los 12 mil 700 millones de pesos. *La exportación de tomate mexicano genera ingresos por mil 200 MDD anuales* (<http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/boletines2/Paginas/2010-B133.aspx>)

La participación de los productores hidalguenses en la exportación

En un análisis dentro del Estado de Hidalgo las variables son la tasa media anual de crecimiento (TMAC) de la producción respecto a la TMAC de las importaciones, en el periodo 2003 a 2007.

Los productos son clasificados de acuerdo a su posición nacional en las siguientes categorías:

Concluyendo que el jitomate es un producto con potencial que representa una mayor oportunidad de crecimiento de ventas en el extranjero.

Es un producto consolidado, que de acuerdo a su producción y ventas es significativa y tiene un mercado establecido, y finalmente es un producto con nicho, ya que presenta crecimiento en producción y/o ventas. *Oportunidades de Mercado para Hidalgo* (2009) [en línea] Mexico: Sagarpa [Fecha de consulta: 27 de agosto de 2014], Disponible desde internet: <<http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/ONHidalgo.pdf>>

Tabla 1. Participación del Jitomate en la exportación y mercado interno

Producto de interés en el mercado internacional	Tamaño del Mercado	Exportaciones	Participación en el Mercado Interno
	Millones de dólares 2007		2007
Jitomate	5,832	1,131.79	19.41%

Fuente: Global Trade Atlas, SIAP, CONAPESCA, SEMARNAT

El tomate es un producto que presenta potencial competitivo a nivel nacional, el cuadro 1 sintetiza que el tomate es un producto de gran importancia en el mercado internacional de acuerdo a las variables relevantes. En —Tamaño del Mercado‖ se presenta el total de las compras al exterior de los países seleccionados, en millones de dólares. En —Exportaciones‖ se considera la cantidad que México está vendiendo a ese conjunto de países.

Por último, la columna —Participación de México 2007‖ representa el porcentaje de las exportaciones mexicanas en las compras totales de esos países.

Oportunidades de Mercado para Hidalgo (2009) [en línea] Mexico: Sagarpa [Fecha de consulta: 27 de agosto de 2014], Disponible desde internet: <http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/ONHidalgo.pdf>.

En un análisis internacional sobre las exportaciones de jitomate deriva lo siguientes datos.

Tabla 2. Principales Estados productores de jitomate a nivel Internacional
(Valor en miles de dólares)

Exportadores	Posicion Mundial	Ene-Dic 2006	Ene-Dic 2007	Ene-Dic 2008	Ene-Dic 2009	Ene-Dic 2010	Ene-Oct 2011 z/	Participación en Total	TMCA 06-10	Variación 2010 / 2009
Mundo		5,699,303	6,730,026	7,376,190	6,862,610	8,140,292	6,320,563	100.0%	9.3%	18.6%
Países Bajos (Holanda)	NR /1	1,331,066	1,538,381	1,746,662	1,562,741	1,678,338	1,230,632	20.6%	6.0%	7.4%
México	1°	1,119,341	1,068,625	1,205,392	1,210,757	1,595,315	1,741,959	19.6%	9.3%	31.8%
España	2°	1,009,908	1,179,141	1,252,538	1,138,777	1,085,792	859,231	13.3%	1.8%	-4.7%
Marruecos	3°	120,770	203,923	265,450	254,989	571,284	179,911	7.0%	47.5%	124.0%
Turquía	4°	174,284	297,176	388,584	406,505	476,874	389,715	5.9%	28.6%	17.3%
Estados Unidos de América	5°	263,513	311,067	332,942	316,743	373,626	295,563	4.6%	9.1%	18.0%
Canadá	6°	303,097	270,647	310,637	296,174	356,416	300,728	4.4%	4.1%	20.3%
Francia	7°	164,239	270,930	288,546	299,248	355,118	276,775	4.4%	21.3%	18.7%
Italia	8°	195,348	248,255	241,818	204,924	287,182	203,697	3.5%	10.1%	40.1%
Bélgica	9°	264,751	296,270	290,222	238,896	281,623	193,330	3.5%	1.6%	17.9%
Resto		752,986	1,045,611	1,053,399	932,856	1,078,724	649,022	13.3%	9.4%	15.6%

Fuente: <http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/ONHidalgo.pdf>.

La exportación mundial se conforma de la suma de los reportes de cada país; al concluir el periodo Enero-Octubre de 2011, algunos de ellos aún no presentaban su reporte correspondiente. Véase Figura 2.

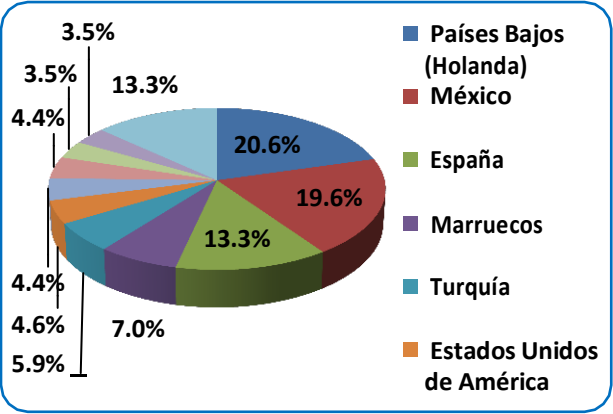


Figura 2. Estructura Exportaciones Mundiales de tomate (Con base en los Valores de miles de dólares, registrados por cada país)

Fuente: Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

Tabla 3. Principales Estados Productores de Jitomate a nivel nacional
(Con base en los Valores de miles de dólares, registrados por cada país)

Entidades Federales	Posicion Nacional	Ene-Dic 2006	Ene-Dic 2007	Ene-Dic 2008	Ene-Dic 2009	Ene-Dic 2010	Participación en Total	TMCA 06-10	Variacion 2010 / 2009
Nacional		1,129,657	1,054,981	1,140,175	905,541	1,171,404	100.0%	0.9%	29.4%
SINALOA	1°	272,715	286,251	368,065	226,235	254,841	21.8%	-1.7%	12.6%
BAJA CALIFORNIA	2°	183,085	104,867	97,901	125,288	198,967	17.0%	2.1%	58.8%
JALISCO	3°	73,708	77,145	51,344	46,609	77,912	6.7%	1.4%	67.2%
GUANAJUATO	4°	2,314	3,183	3,555	1,342	59,705	5.1%	125.4%	4347.5%
SAN LUIS POTOSI	5°	67,162	51,783	74,890	53,117	58,414	5.0%	-3.4%	10.0%
BAJA CALIFORNIA SUR	6°	123,384	77,608	84,081	49,172	57,984	4.9%	-17.2%	17.9%
ZACATECAS	7°	47,002	53,637	32,735	57,299	52,799	4.5%	3.0%	-7.9%
MICHOACAN DE OCAMPO	8°	61,165	63,653	50,640	45,721	52,692	4.5%	-3.7%	15.2%
MORELOS	9°	30,249	40,078	50,597	21,528	47,793	4.1%	12.1%	122.0%
MEXICO	10°	26,042	47,039	42,505	42,889	44,449	3.8%	14.3%	3.6%
Resto		242,831	249,737	283,861	236,341	265,850	22.7%	2.3%	12.5%

Fuente: Secretaria de Agricultura, ganadería, desarrollo rural. Pesca y alimentación

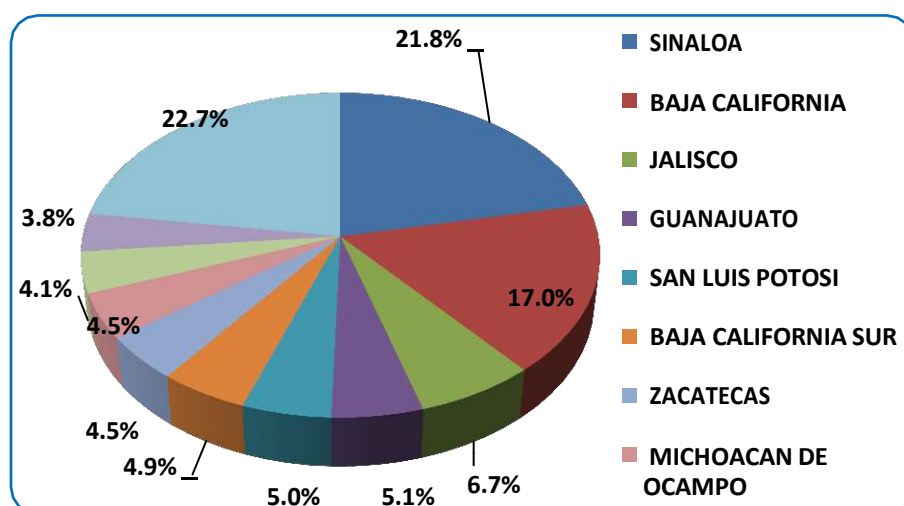


Figura 3. Estructura de la Producción Nacional de tomate
(Con base en el PMR convertido a Miles de USDIs, registrados por cada entidad)

Fuente: Secretaria de Agricultura, ganadería, desarrollo rural. Pesca y alimentación, 2014.

Tabla 4. Posición de México en las exportaciones de tomate

<u>Posición de México en las exportaciones mundiales de Jitomate :</u>	
(Con base en los Valores (Miles de Dólares), registrados por cada país)	
Posición en el ranking mundial ^{NR /1}:	1°
Part. en la exportación mundial:	19.6%
Exportación 2010 en Valor (Miles USDls.)	1,595,315
TMCA 2006-2010:	19.6%
Variación 2010 Vs. 2009:	9.3%

Fuente: Secretaria de Agricultura, ganadería, desarrollo rural. Pesca y alimentación

Dichas cifras fueron elaboradas por la Secretaria de Fomento a los Agronegocios – SAGARPA International Trade (ITIC).

La información correspondiente a la producción nacional de cada producto, fue elaborada por la Subsecretaria de Fomento a los Agronegocios SAGARPA, con cifras del Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON).

Conversión a USDls del Precio Medio Rural, con base en Tipo de Cambio Promedio Anual.

Conclusiones

A partir de la apertura del TLCAN las exportaciones a Estados Unidos crecieron en gran medida que ha favorecido a México en grandes cifras, posicionando a nuestro país en el primer ranking mundial en cuanto a las exportaciones mundiales de jitomate, Viéndolo en cantidades porcentuales exporta el 19.6%.

El estado más importante en exportación de jitomate es Sinaloa ya que alrededor del 21.8% de la producción total del país, seguido por Baja California Norte el 17.20%, Jalisco con 6.7% y Guanajuato el 5.01%. Quienes cubren el 67.91% de la producción total.

Cabe destacar que la agricultura en este Estado cuenta con una gran capacidad de respuesta en materia de productividad. Se destina más de un millón 300, mil hectáreas para uso agrícola, entre los cuales más del 50% de producción bajo un sistema de riego.

Ante la apertura de este tratado en 1997 los productores del estado, resultaron favorecidos con apoyos del orden de 218 millones de pesos, para desarrollar programas de cambios y avances tecnológicos en la estructura del campo, que finalmente llevaron al incremento de los rendimientos de producción, así como el uso eficiente de los recursos naturales, tal es el caso de los programas de fertilización donde se beneficiaron 5 mil hectáreas del riego por goteo, 2 mil hectáreas de riego por aspersion y mil 500 hectáreas de riego entubado; en el caso de mecanización del campo hubo apoyo para reparación, adquisición de tractores nuevos y de equipos de alta precisión como sembradoras y equipos de labranza de tecnologías y modernización de distritos de riego.

La producción de jitomate para todos los usos, requieren específicamente de una diversidad de cuidado para la conservación como son: índices de calidad, temperaturas óptimas, temperaturas de maduración, daños por frío y humedad relativa.

Para el cultivo de tomate el método principal de siembra utilizado es el almacigo, que consiste en sembrar las semillas en un determinado lugar para trasplantarlas posteriormente el sitio destinado para su crecimiento, aunque últimamente el uso de invernadero ha cobrado fuerza sobre todo en los estados del norte de la República Mexicana, entre ellos Sinaloa, quienes cuentan con un mejor nivel tecnológico.

Bibliografía

- Moreno Brid, Juan Carlos, Juan Carlos Rivas Valdivia, Pablo Ruiz Nápoles. (2005). *La economía mexicana después del TLCAN*. 20/08/2014, de redalyc Sitio web: http://www.usc.es/econo/RGE/Vol14_1_2/Castelan/art13c.pdf.
CONSULTADO, <http://www.economia.gob.mx/eventos-noticias/sala-de-prensa/comunicados/5858-con-el-tlcan-en-12-anos-se-triplico-el-comercio-entre-mexico-estados-unidos-y-canada>
- Sectaria de fomento a los Agronegocios, *Análisis de coyuntura de jitomate* [En línea]. México: [Fecha de consulta: 27 de agosto de 2014], Dsiponible desde internet: <http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/pablo/Documents/Coyuntura/Jitomatesept2010.pdf>}, <www.gobiernofederal.gob.mx
- Mexico: Sagarpa, *Oportunidades de Mercado para Hidalgo* (2009) [en línea] [Fecha de consulta: 27 de agosto de 2014], Disponible desde internet: <<http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/ONHidalgo.pdf>>

De la Peña, S. (1992). *El sector agropecuario mexicano frente al tratado de libre Comercio, México*: McGraw Hill

Banco Nacional de Comercio Exterior (1995). *Guías básicas del exportador (2da ed.)*. México. INEGI, INEGi (2000). *Conteo de población y vivienda*, México datos del año 2000.

La exportación de jitomate mexicano genera ingresos por mil 200 MDD anuales (2010). Recuperado el 27 de agosto de 2014, de <http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/boletines2/Paginas/2010-B133.aspx>.

Sectaria de fomento a los Agronegocios [Fecha de consulta: 27 de agosto de 2014], Disponible desde internet: <<http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/pablo/Documentos/Coyuntura/Jitomatesept2010.pdf>>, <www.gobiernofederal.gob.mx>.

Norma Alicia Sánchez, Sinaloa, *tierra de tomate*. Noroeste.com [en línea]. 13 de enero de 2018. [Fecha de consulta 18 de septiembre de 2014]. Disponible en: <http://www.noroeste.com.mx/publicaciones.php?id=339048>

Impacto económico y ambiental de la liberación de los transgénicos en México: el caso del maíz

Edgar Jair Chávez Morales

Estudiante Comercio Exterior- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Mario Cruz Cruz

Profesor Comercio Exterior- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo proporcionar una visión actual de la situación de los cultivos transgénicos en México en el caso especial del maíz, para de ahí ubicar el debate contemporáneo respecto de estas nuevas plantas y los organismos genéticamente modificados (OGM).

Se enfatizan los impactos socioeconómicos, ambientales y ecológicos de estos nuevos organismos, en un país con una agricultura débil, dependencia alimentaria y pobreza. Finalmente, se concluye con una breve reflexión respecto de la pertinencia de liberar en la agricultura mexicana la siembra de estas nuevas plantas, así como analizar cómo esto afectaría esto la situación agrícola y alimentaria del país.

Palabras clave: transgénicos, dependencia alimentaria, cultivos, liberación

Introducción

El presente trabajo es fundamentalmente un análisis en torno a los intereses económicos y políticos que se entretajan alrededor del maíz transgénico y los OGM, los cuales terminan convirtiéndose en problemáticas a consecuencia de la utilización de una tecnología determinada y la manera en que ésta impacta a la sociedad: no tiene por finalidad aportar datos técnicos en relación con el maíz transgénico, sino más bien poner en la mesa de discusión cuestiones vinculadas inherentemente a los alimentos transgénicos, como las consecuencias económicas, sociales, y ambientales teniendo como caso específico el maíz.

Tampoco tiene como objetivo poner en el centro del debate la cuestión del maíz transgénico en sí misma, sino que plantea que este caso puede utilizarse para ejemplificar uno de los modos en que en la actualidad es utilizada la tecnología, y cómo esta utilización plantea dilemas con diversos enfoques que deberían ser analizados debido a sus innegables impactos en las sociedades. Por tanto, ha de quedar claro que este trabajo no pretende ser una apología de los argumentos en contra del maíz transgénico, sino que tiene por finalidad dar cuenta de los impactos que provoca en diferentes ámbitos su producción y consumo a partir de las afectaciones que ya se están presentando.

Las compañías biotecnológicas de acuerdo a (Lambrecht, B., 2003). y quienes las respaldan argumentan que la ecuación para el futuro debe incluir la producción de más alimentos, muchos más, a partir prácticamente de los mismos 1,7 billones de acres de tierras cultivables, donde la productividad se ha estancado. Las compañías de ciencias de la vida y sus aliados sostienen que el modo de hacerlo es contribuyendo a aumentar la producción mediante el control de las plagas, la reducción de la erosión y de los costes que tiene que

soportar el agricultor y, más adelante, mediante la introducción de ingredientes nutricionales en las planta.

El maíz transgénico nos es presentado como la gran panacea para resolver el problema del hambre en el mundo, cuyo origen se argumenta que se debe a la insuficiente producción de alimentos para abastecer a la población. A pesar del discurso oficial defendido por la FAO (Food and Agriculture Organization), dependiente de la ONU, la realidad parece contradecir la idea de que los alimentos transgénicos, entre ellos el maíz, puedan ser la solución al problema del hambre, pues éste tiene su origen en la mala distribución de los alimentos y no en su producción.

Los beneficios con que se vende la opción del maíz transgénico caen en una especie de círculo vicioso, debido justamente a los productos que las empresas de transgénicos ofertan a la par de sus semillas, así como a las estrictas políticas internas con que operan. A fin de cuentas, lo que subyace a estas cuestiones es el control de los alimentos que, ante la incapacidad, sea ésta intencional o no, de los gobiernos para producir lo necesario para su consumo interno, se encuentran inermes ante las disposiciones de las empresas productoras de semillas transgénicas.

Por otro lado, el argumento utilizado por quienes ven con buenos ojos el maíz transgénico referente a que la producción de alimentos es insuficiente, sirve como justificación perfecta para la creación de un monopolio alimentario conformado por empresas como Monsanto, pues al hacerse del comercio mundial de alimentos vía la venta de semillas de maíz transgénico, terminan por controlar la producción agrícola tanto en el mercado interno como en el internacional. Asimismo, a nivel mundial propician la especulación en los

precios de los alimentos, lo que obviamente viene a agravar el problema del hambre en el mundo, pues el acaparamiento de la producción de semillas impacta de manera directa en las economías y termina su ciclo cuando es ofertado a un precio mucho más alto al consumidor. De acuerdo a (Muños, J., 2004) "El objetivo principal de los gigantes genéticos son las ganancias y no la salud, el hambre o el medio ambiente. Para aumentarlas, sus estrategias están dirigidas a lograr cada vez más control sobre los mercados, los consumidores y los productores".

De acuerdo a (Robín, M., 2008). "La empresa siempre ha dicho que la manipulación genética era un medio de obtener patentes, éste es su verdadero objetivo (...) Una vez que haya impuesto como norma el derecho de propiedad de los granos modificados genéticamente, podrá cobrar regalías; dependeremos de ella para cada grano que sembremos y cada campo que cultivemos. Si controla las semillas, controla la alimentación; ella lo sabe; es su estrategia. Es más poderosa que las bombas, es más poderosa que las armas, es el mejor medio de controlar a las poblaciones del mundo".

Uno de los aspectos que se tiene que considerar, debido a su importancia y al impacto económico que implica, es el que se refiere al tema del acaparamiento de las patentes y la propiedad intelectual por parte de las grandes transnacionales, como ha sido aprovechada por dichas empresas para extender su control respecto a las semillas que se comercializan y al desarrollo tecnológico resultante, es decir, la comercialización de herbicidas, plaguicidas y fungicidas de uso intensivo en los campos en los que se siembran sus semillas.

Impactos ambientales

Los Alimentos Manipulados Genéticamente (OGM), también llamados transgénicos, son esencialmente productos ya existentes a los que se les ha alterado su información genética original mediante sofisticados métodos biotecnológicos, con la finalidad de hacerlos más nutritivos, apetitosos o resistentes a plagas e inclemencias del medio. Uno de los cultivos transgénicos más extendidos alrededor del mundo es el maíz Bt, el cual ha incrementado exponencialmente su superficie de siembra en los últimos años alcanzando en 1997 cifras de hasta 3 millones de hectáreas sólo en Estados Unidos. Sin embargo, en los últimos dos años, elocuentes artículos en la prensa internacional comenzaron a señalar con alarma los efectos nefastos que la liberación de cultivos transgénicos podría ocasionar en la salud humana, el medio ambiente o la cadena agroalimentaria.

En ciertos aspectos la ingeniería genética no es muy diferente de otros tipos de manipulación genética usados para crear organismos con características útiles. Por ejemplo, el fitomejoramiento tradicional también implica la transferencia de genes entre organismos, la diferencia estriba en que la ingeniería genética facilita la transferencia de genes a través de las barreras taxonómicas, es decir, no sólo en organismos estrechamente emparentados sino también entre organismos completamente distintos.

México ha aportado al menos 50 razas de maíz adaptadas a diferentes condiciones climáticas y altitudes que van desde 0 hasta 2,700 msnm (Hernández-X., 1985). Sin embargo, se considera que en México debe haber 60 o más razas de maíz nativas además de que a las razas principales se suma una gran cantidad de subrazas y variedades locales aún no bien caracterizadas.

Muchas de las razas de maíz y la mayoría de las subespecies de teosinte se empiezan a considerar en peligro de extinción (Blancas, 2001). El tamaño y la distribución de sus poblaciones se han visto afectadas por el cambio de uso del suelo, la agricultura intensiva y la urbanización (Wilkes, 1997; Sánchez y Ruíz, 1996). Por lo tanto, independientemente del posible impacto de la introducción de variedades transgénicas de maíz, la conservación de las razas mexicanas y de las especies de sus parientes silvestres es prioritaria, asunto de seguridad alimentaria para México y el resto del mundo, y depende de esfuerzos.

La mayor parte de las discusiones sobre los efectos ecológicos de los transgénicos se centra en las características o atributos que se expresan en las plantas como resultado de la introducción de genes particulares por medio de la tecnología del ADN recombinante. Sobre todo se han discutido la posibilidad de que los transgenes no se puedan contener en las áreas aprobadas para su cultivo, el impacto ecológico de estos posibles escapes a zonas no planeadas y la introgresión o permanencia de los transgenes escapados en poblaciones de especies (silvestres o cultivadas) para las cuales no se desarrollaron originalmente.

En contraste, los riesgos ecológicos derivados del proceso de modificación genética por medio de técnicas de ADN recombinante se han discutido mucho menos. Estos riesgos se derivan de: (a) las incógnitas actuales sobre el proceso de transformación genética de plantas y animales, y (b) los efectos difíciles de predecir o inesperados de la liberación ambiental de animales o plantas transgénicas. Estos últimos efectos dependen de la complejidad espacio-temporal de los sistemas ecológicos. Son muchas las lagunas de conocimiento y muchos los puntos de debate con relación a estos dos aspectos. Por tanto, dejamos su discusión para la sección de puntos de debate y áreas por estudiar. A continuación discutimos los riesgos para la biodiversidad que se derivan de la expresión de

los genes objetivo de los desarrollos biotecnológicos que se siembran en campos abiertos, en el caso de escapes de los transgénicos a sitios y especies no contemplados en el desarrollo inicial ni aprobados para su cultivo. Nos centramos en las posibles consecuencias para el maíz y las condiciones naturales de México de este flujo génico no deseado.

Efectos negativos en especies no blanco. El riesgo ecológico de la liberación de plantas Bt puede producir efectos tóxicos sobre organismos que no son plaga, pero son predadores y parásitos de insectos plaga (Singh et al., 2006).

Resistencia de insectos. La amplia dispersión de cultivos GM con resistencia a insectos plaga o enfermedades ha planteado la inquietud de si esa presión de selección sobre poblaciones de insectos plaga y de patógenos, deviene en mecanismos de resistencia. La resistencia a proteínas transgénicas por insectos plaga puede limitar la duración de la variedad GM (Singh, et al., 2006).

Impacto sobre la biodiversidad. Temores por la pérdida de biodiversidad es el punto focal de la oposición de varios grupos ambientalistas influyentes contra los cultivos GM (Singh, et al., 2006). La hibridación espontánea ocasionalmente tiene consecuencias importantes, como la estimulación de la evolución de invasores más agresivos, e incrementa el riesgo de extinción de especies raras (Ellstrand, 2003).

Impactos sociales y económicos

La introducción de este tipo de alimentos en el mercado de consumo ha generado una ardiente polémica por parte de las organizaciones ecologistas desde las que se ha movilizadado una gran cantidad de argumentos en su contra. En el campo contrario se sitúan muchos científicos, incluyendo biólogos moleculares, ingenieros y otros técnicos, para quienes las herramientas de que se dispone en la actualidad garantizan más que nunca el proceso de modificación genética que da lugar a caracteres nuevos en alimentos tradicionales. Por otra parte, su introducción en los niveles ordinarios de cultivo, permitiría aumentar la capacidad de producción hasta los niveles necesarios para abastecer la creciente demanda mundial, sobre todo en lo que se refiere a la población de los países más desfavorecidos.

En un ángulo de este hipotético triángulo se sitúan las empresas multinacionales, para quienes el interés principal (aunque no sea el único) es, naturalmente, responder con beneficios ante sus accionistas. Probablemente todas las partes tengan parte de razón; en cualquier caso, según se ha dicho, el actual dominio de los Estados Unidos en este campo se facilita cuando se ponen en cuestión la investigación o el desarrollo de nuevos productos transgénicos en Europa.

Las repercusiones económicas generales de los cultivos transgénicos dependerán de una amplia gama de factores, tales como los efectos de la tecnología en las prácticas agronómicas y los rendimientos, el deseo de los consumidores de comprar alimentos y otros productos derivados de cultivos transgénicos, y los requisitos reglamentarios y costos correspondientes. A largo plazo, otros factores, como la concentración industrial en la

producción y comercialización de la tecnología de cultivos transgénicos, podrán influir también en la medida y distribución de los beneficios económicos.

Las patentes (derechos de la propiedad intelectual, individuales y privativos, es decir, de uso exclusivo para quien lo paga). Este sistema de derechos sobre la vida convierte en obligatorio el uso de semillas comerciales, agudizado por la competencia y concentración de poder sobre el material genético agrícola. Desaparece además, el interés y los recursos dedicados a la investigación, conservación y recuperación de semillas de patrimonio común, no privado. El uso de las patentes se convierte, con el impulso de la OMC, en el sistema predominante y excluyente de protección de derechos sobre las semillas, plantas, animales e incluso células humanas. El derecho de patente, que se origina para proteger los inventos industriales, no está justificado con las obtenciones vegetales al tratarse de descubrimientos de propiedades ya existentes en la naturaleza, o donde la frontera entre invención y descubrimiento es muy difusa.

Ello obliga al campesino, a la compra de semillas y plantas comerciales. El sistema prohíbe el intercambio no comercial de las semillas patentadas convirtiendo en delincuentes al campesino o agricultor y eliminando uso colectivo y el intercambio de semillas que largo del tiempo han sido protegidas por diversas culturas campesinas e indígenas.

Es posible que los agricultores que adoptan la nueva tecnología, especialmente quienes la adoptaron antes, hayan conseguido beneficios gracias a la reducción de los costos de producción y al aumento de la producción. Otros agricultores podrían verse en desventaja competitiva según evolucionen las preferencias de los consumidores y los regímenes reglamentarios. Si los consumidores aceptan en general los cultivos transgénicos y los requisitos reglamentarios no son demasiado onerosos, los agricultores que los adopten

saldrán ganando y quienes no lo hagan perderán. En cambio, si crece la oposición de los consumidores, los agricultores que no los adopten podrían obtener de ello una ventaja competitiva y exigir un sobreprecio para los productos no modificados genéticamente.

Los consumidores se benefician en general de las innovaciones tecnológicas en la agricultura ya que bajan los precios y/o aumenta la calidad de los productos que compran. La cuestión relativa a los cultivos transgénicos es más complicada, al menos, por dos razones. En primer lugar, los requisitos reglamentarios, como el etiquetado obligatorio y la segregación en el mercado, podrían elevar los costos de producción y comercialización de los cultivos transgénicos e impedir que bajen los precios para el consumidor. Por otra parte, algunos consumidores se oponen fuertemente a la tecnología y podrían experimentar una pérdida de bienestar si se vieran obligados a consumir productos derivados de cultivos transgénicos o a comprar productos orgánicos más caros para evitarlos.

El efecto económico neto de los cultivos transgénicos en la sociedad es, por lo tanto, un concepto muy complejo y dinámico que no se mide fácilmente. En primer lugar, los cultivos transgénicos se adoptarán de forma generalizada solamente si proporcionan beneficios económicos a los agricultores. En los países en desarrollo, en particular, hay varios factores económicos e institucionales que influyen en la rentabilidad de los cultivos transgénicos para las explotaciones agrícolas, además de sus meras características agronómicas.

Las investigaciones económicas empiezan a mostrar que los cultivos transgénicos pueden generar beneficios para la explotación agrícola en los casos en que resuelvan graves problemas de producción y los agricultores tengan acceso a nuevas tecnologías. Sin embargo, hasta ahora, estas condiciones se dan sólo en unos pocos países, que han podido aprovechar las innovaciones desarrolladas por el sector privado para los cultivos de climas

templados del Norte. Además, tales países tienen todos ellos sistemas de investigación agraria, procedimientos reglamentarios sobre bioseguridad, regímenes de derechos de propiedad intelectual y mercados locales de insumos bien desarrollados en el ámbito nacional. Es posible que los países en los que no se dan estas condiciones queden excluidos de la revolución genética.

La literatura disponible sobre los efectos de los cultivos transgénicos en los países en desarrollo es bastante limitada, sobre todo porque se producen sólo desde hace pocos años y en unos pocos países. Raramente se dispone de datos de más de dos o tres años y la mayoría de los estudios abarcan un número relativamente reducido de agricultores. Tamaños de muestra tan pequeños hacen que resulte especialmente difícil aislar el impacto de un cultivo transgénico de otras muchas variables que influyen en el rendimiento de los cultivos, tales como las condiciones meteorológicas, la calidad de la semilla y los plaguicidas, la densidad de las plagas y los conocimientos técnicos de los agricultores.

Además, es posible que los agricultores necesiten varios años de experiencia con una nueva tecnología, como la del algodón resistente a los insectos, para poder utilizarla eficientemente. Un problema más al tratar de sacar conclusiones sólidas de estos primeros datos es que los primeros en adoptar cualquier tecnología agrícola suelen beneficiarse más que quienes la adoptan más tarde. Esto se debe a que los primeros consiguen una ventaja de costos con respecto a los demás, lo que supone una prima por su innovación. A medida que aumenta el número de los agricultores que adopta la tecnología, la reducción de los costos llega a traducirse en una reducción del precio del producto que beneficia a los consumidores, pero hace bajar los beneficios para los agricultores. Un tercer peligro en relación con los cultivos transgénicos es que, en su mayor parte, están controlados por unas pocas grandes empresas. Aunque tales empresas no parecen estar obteniendo beneficios de

monopolio de las ventas de sus productos, al no haber una competencia ni una reglamentación eficaz, no hay ninguna garantía de que sigan haciéndolo en el futuro.

El algodón transgénico se cultiva ahora en un número suficientemente grande de países, en distintas condiciones institucionales y de mercado y por diferentes tipos de agricultores, lo que permite extraer conclusiones provisionales sobre los beneficios y problemas potenciales derivados del uso de cultivos transgénicos en los países en desarrollo. Aunque es arriesgado extrapolar los resultados de un país o cultivo a otros, los primeros datos relativos al algodón transgénico indican que los pequeños productores con escasez de recursos de los países en desarrollo pueden obtener notables beneficios de la adopción de los cultivos transgénicos en términos de rendimientos efectivos más elevados y más estables, menor gasto en plaguicidas y reducción de los riesgos para la salud derivados de la exposición a los plaguicidas químicos.

Para confirmar estos resultados preliminares, se necesitan estudios de larga duración, que evalúen cuidadosamente la densidad de las plagas, el rendimiento de los cultivos, el comportamiento de los agricultores y los beneficios económicos. Los factores más importantes para asegurar que los agricultores tengan acceso a los cultivos transgénicos en condiciones económicas favorables y con una supervisión reglamentaria apropiada, son:

- suficiente capacidad nacional de investigación para evaluar y adaptar las innovaciones;
- sistemas activos, públicos y/o privados, de entrega de insumos;
- procedimientos fiables y transparentes de bioseguridad, y
- políticas equilibradas de derechos de propiedad intelectual.

Un costo más para los productores: etiquetado

En definitiva, las reacciones de los consumidores en los países desarrollados han introducido elementos de incertidumbre sobre el futuro desarrollo de los mercados de transgénicos y podrían generar modificaciones significativas en la mecánica de cotización de los commodities. Estos se cotizan sobre la base de operación de mercados, en general de futuros, reflejando precios para distintas categorías de bienes homogéneos, en función de características relacionadas, por ejemplo, con el contenido graso o proteico en el caso de la soya. Resulta interesante mencionar la experiencia del mercado de futuros que opera en la Bolsa de Tokio, donde desde mayo del 2000 la soya transgénica ha sufrido una penalización en su cotización, reflejada en una brecha de precios promedio de 6.7% en favor de la soya convencional (Ablin E., 2000).

De manera que la tendencia que se imponga en torno a la valoración o no de los productos transgénicos por parte de los mercados consumidores será fundamental en las características que adopte la fijación de precios, penalizando o premiando los productos transgénicos respecto a los convencionales.

Muchos economistas han sugerido el uso del etiquetado como herramienta óptima de transparencia que permitiría al consumidor optar o no por productos transgénicos, contribuyendo a la vez a eliminar las asimetrías de información y evitar perturbaciones en los mercados.

Sin embargo, para que los sistemas de etiquetado generen confianza en los consumidores se requiere segregar mercados, es decir, crear mercados diferenciados para productos agrícolas transgénicos y no transgénicos. Esto implica nuevos costos para los productores, los que

deben acomodar sus silos de almacenamiento y sistemas de transporte para poder separar los embarques de granos convencionales de los transgénicos.

Por otra parte es muy probable que incluso se requiera ir más lejos, introduciendo sistemas de preservación de identidad, es decir, que permita distinguir los productos finales de acuerdo a su contenido de insumos transgénicos y de acuerdo a la forma que han sido producidos (usando biotecnología o no) a lo largo de toda la cadena productiva, incluyendo transporte y comercialización. La preservación de identidad es un concepto más amplio que la segregación de mercados, por el hecho de que implica conocer el origen, el método de producción y los materiales contenidos en el producto comercializado desde su origen. Ambos sistemas forman parte de estrategias de la oferta que permiten responder a las exigencias del consumidor.

Sin embargo, las empresas de semillas consideran que etiquetar y diferenciar la producción encarecería innecesariamente el producto y temen que los consumidores tenderían a generar una selección negativa, por no tener la información correcta sobre los beneficios y virtudes de la biotecnología. No cabe duda que los recientes episodios en Europa sobre la enfermedad de las —vacas locas‖ y la dioxina, aunque no están relacionados con los riesgos y perjuicios que pudiera generar para la salud humana la ingestión de alimentos producidos con transgénicos, han incidido fuertemente en las preferencias de los consumidores. Esto tiene que ver también con estrategias muy aceleradas de desarrollo de mercados para los productos transgénicos, que no han sido complementadas con campañas adecuadas de comunicación e información para los consumidores.

No cabe duda que los sistemas de segregación de mercados y de preservación de identidad que satisfagan las exigencias de los consumidores en los países desarrollados, generan costos adicionales en las distintas etapas productivas, relacionados con el mayor trabajo

implicado en el cultivo, manejo, almacenamiento, transporte, procesamiento, limpieza, administración y etiquetado.

Estos sistemas pueden resultar excesivamente caros para los países latinoamericanos. Aún cuando el etiquetado se aplica generalmente en la etapa de la venta al por menor o en la etapa final del producto, las implicaciones se extienden a lo largo de la cadena de producción y comercialización. La segregación de commodities comienza en la etapa de la producción y distribución de la semilla y continúa en la etapa de la producción agrícola, donde tanto la producción del cultivo como el acopio deben ser separados, y la separación debe ser mantenida a lo largo del transporte hasta que el commodity llega a su destino final.

Conclusiones

El impacto del maíz transgénico en el ambiente y salud de los seres vivos no se conoce con certeza, y a pesar de los discursos en torno a él, la verdad es que sólo a futuro conoceremos los alcances de su utilización. Por tanto, a la par de la consideración económicas y ambientales de sus consecuencias, también debemos plantear de manera preponderante la cuestión referente a la responsabilidad en el actuar del ser humano con respecto a las consecuencias de sus actos, y, a la vez, responsabilidad para con los otros seres vivos.

El abuso del dominio del hombre sobre la naturaleza ha sido producto del modelo económico y político que rige el mundo, ya que en la actualidad la globalización y el consumismo exacerbado que le es inherente nos enfrentan a la paradoja de que a pesar de que los avances de la ciencia y su aplicación han sido extraordinarios, esto no ha redituado necesariamente en beneficios para la humanidad en su conjunto sino que, por el contrario, ha venido a enfrentarnos con problemas originados por la supeditación del conocimiento

científico al poder político y económico, lo que ha puesto a toda forma de vida y al planeta en una situación de riesgo nunca antes vislumbrado.

Es justamente frente a esta situación que se hace insoslayable la necesidad de poner reglas a las que se acaten las acciones humanas sin que éstas sean entendidas como un freno o coacción al conocimiento y avance científico, y que más bien entren dentro del marco ético que debe fundamentar la responsabilidad del hombre por sus acciones.

Si bien la biotecnología se presenta como una opción para resolver problemas tan graves como el hambre, tampoco podemos dejar de lado las denuncias implícitas contenidas en este trabajo. Los impactos ambientales, sociales y éticos que plantea la utilización del maíz transgénico implican enormes retos para la sociedad debido a las nuevas problemáticas que originan; a la vez, el entramado de intereses políticos y económicos en torno al maíz transgénico permite abordar el problema desde diferentes enfoques que, sin duda, terminan por dar cuenta de la gravedad del problema en toda su dimensión.

Debemos preguntarnos si la prácticamente nula política gubernamental de apoyo al campo de muchos países es intencional con el fin de contribuir a la rápida expansión comercial del maíz transgénico y demás OGM, y si los sospechosos apoyos económicos por parte de fundaciones tan importantes como la Fundación Bill & Melinda Gates a programas alimentarios en África y Haití (sobre todo después del terremoto de enero de 2010), que casualmente reciben donaciones en especie de Monsanto, realmente persiguen fines filantrópicos o también están apoyando el consumo de transgénicos.

Finalmente, debemos enfatizar tajantemente que los planes para tratar de resolver problemas como el calentamiento global, el hambre o la contaminación son sólo paliativos

para tratar de enmendar las terribles contradicciones que los gobiernos brindan a la población, y justamente la utilización del maíz transgénico queda como uno de tantos ejemplos acerca de lo mucho que gobiernos y transnacionales se preocupan por el mundo y quienes habitamos en él, la verdadera pregunta que se deja en el centro del debate , es si realmente los gobiernos están

Bibliografía

- Lambrecht, Bill.(2003). GUERRA DE LOS ALIMENTOS TRANSGENICOS (Ed. RBA. Página. 341).
- Muñoz Rubio, Julio (Coord.). Alimentos transgénicos. Ciencia, ambiente y mercado: un debate abierto. México, Siglo XXI Editores, S.A. de C.V. en coedición con el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM, 2004, p. 10.
- ROBIN, MARIE-MONIQUE (2008). El mundo según Monsanto; política; ciencias sociales. Ed. Península, Páginas 454,462,463
- Hernández, X. E. (1985). Maize and the greater Southwest.Economic Botany.Paginas416–430.
- Blancas, L. (2001). Hybridization between rare and common plant relatives: implications for plant conservation genetics. Ph.D. dissertation. Riverside, CA: University of California.
- Ablin, E. (2001). El debate internacional sobre productos transgénicos: opciones para las exportaciones agrícolas argentinas. Ed. Cancillería argentina.
- Greenpeace.org (2003). Chronology of Scientific and Genetic Engineering Developments since 1953 showing the very different paths these have taken. GRENPEACE.com Recuperado 04, 2014, de greenpeace.org/raw/content/international/press/reports/chronology-of-scientific-and-g.pdf
- Fao.org (2011). Estado de la Inseguridad Alimentaria en el Mundo 2011. FAO.ORG. Recuperado 03, 2014, de <http://www.fao.org/docrep/014/i2330s/i2330s00.htm>
- Agrobio.com.mx (2011). Normatividad Mexicana. Agrobio.org.mx. Recuperado 04, 2014,de http://www.agrobiomexico.org.mx/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=5&Itemid=33

SINGH OV, GHAI S, PAUL D, JAIN RD. Genetically Modified Crops: Success, Safety Assessment, and Public Concern. *Appl Microbiol Biotechnol.* 2006;71:598-607.

ELLSTRAND NC. Current Knowledge of Gene Flow in Plants: Implications for Transgene Flow. *Philos Trans R Soc Lond B.* 2003;358:1163-1170.

El TLCAN y su impacto en la inversión extranjera directa: un análisis para el periodo 1990-2012

Dr. Danae Duana Avila

Comercio Exterior-Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Dr. Alberto Flavio Balderas

Instituto Politécnico Nacional, CIECAS

Resumen

El modelo de sustitución de importaciones el cual caracterizó a la economía de México desde los años treinta, fue eliminado por la crisis económica nacional de 1982, y fue sustituido por una economía abierta, estos cambios profundos presentaron como consecuencia la firma y entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). En ausencia de un acuerdo multilateral de la inversión extranjera, Estados Unidos de Norte América ha buscado mediante tratados comerciales bilaterales la protección de los activos de sus inversionistas en otros países, y era de esperarse que en el TLCAN se negociara al respecto, el trato a la inversión extranjera proveniente de Canadá y Estados Unidos es equiparable a la inversión nacional.

Palabras Clave: Apertura Comercial, Políticas Regionales, Políticas estructurales.

Introducción

Los movimientos de capitales a nivel internacional han sido abordados desde diferentes enfoques y múltiples reflexiones, sin embargo en la actualidad han cobrado importancia en la parte de los negocios y para el ámbito académico, podemos decir que la relevancia de los flujos financieros no es reciente. Por lo que el trabajo pretende hacer un análisis sobre el impacto que ha tenido la firma del TLCAN a 20 años de su entrada en vigor sobre la Inversión Extranjera Directa (IED). El problema será analizar si el TLCAN ha impedido la captación de IED. Es de recordar que después de la crisis de la deuda de los países de América Latina en los años ochenta, principal fuente de financiamiento externo para los bancos extranjeros dejó de fluir hacia éstos, por lo que una alternativa fue la IED, esto se debió a que los acreedores extranjeros exigían el pago de sus créditos erogados y no otorgarían créditos adicionales hasta que los países mejoraran sus economías.

En el trabajo se presenta primero, una historia breve de la apertura comercial a partir del ingreso de México al Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) 1986. En segundo lugar se hace un análisis de la IED a nivel estatal. En el tercer se termina el trabajo con un análisis del IED-TLCAN.

Por otro lado tenemos la implementación reformas estructurales que se encuentran en el —Consenso de Washington‖ como la estabilización de precios y el control del déficit fiscal, son algunas por mencionar, tienen la finalidad de que los inversionistas recuperasen la confianza y se reactivara el flujo de capitales hacia América Latina, ya sea vía créditos, o inversión extranjera directa. Podemos decir que en 1990 la inversión extranjera directa se convirtió en la principal fuente externa de financiamiento para los países en desarrollo (Aitken y Harrison, 1999:1).

Se argumenta que los beneficios superan a los costos, y dado que el capital es un factor escaso para las economías en desarrollo, se requieren de políticas de promoción de la IED. En este argumento se considera a la IED como un fin y no un mediobasta con captar flujos sustanciales de inversión para que se detone el crecimiento económico; sin embargo, el crecimiento económico de largo plazo no depende sólo de la dotación de recursos y de inversión sino de otros elementos, como los mecanismos a través de los cuales se da la acumulación de capital, derramamiento tecnológico, calidad de las instituciones, entre otros (Vázquez, 2005:37).

Podemos concluir diciendo que las teorías de la localización de la IED, son los principales marcos explicativos de corte general en que se basan las teorías —tradicional del comercio internacional, de la localización, la teoría japonesa de Kojima, y para los enfoques específicos, la teoría del ciclo del producto de Vernon, la teoría dinámica de Ozawa, y el paradigma OLI de Dunning (Díaz, 2003:3).

Apertura comercial de México y su ingreso al Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT).

México ingresó al GATT en 1986, a través de cuatro etapas: primera, el propio ingreso al mismo; segunda, la introducción del Pacto; tercera, el inicio del TLCAN y, cuarta, la participación en otros tratados de libre comercio, principalmente con la Unión Europea, como fue el caso del Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUE). En el primer momento México Ingresó al GATT, después de una negociación prolongada ante 90 países que pertenecían a este acuerdo, México asumió compromisos por primera vez a nivel

internacional, estos eran eliminar los precios oficiales de referencia, a continuar la sustitución de los controles directos por aranceles y a reducir el arancel máximo a 50% (que en 1988 ya había descendido a 20%) le daban al país un margen de holgura importante, puesto que consolidó niveles arancelarios más altos que los que prevalecían en la economía mexicana en el momento de la negociación. Igualmente, el alcance sectorial también dejaba márgenes importantes para que el gobierno mexicano introdujera políticas de protección, sin violar sus compromisos frente al GATT.

Con esto México obtendría beneficios en cuatro códigos de conducta:

- a) Licencias de importación;
- b) Normas técnicas;
- c) Dumping y derechos antidumping; y
- d) Valoración aduanera.

La información analizada revela que México no firmó:

- e) Subsidios e impuestos compensatorios
- f) Compras gubernamentales, sin que mediara explicación alguna.

Sin embargo las teorías de la inversión extranjera directa se pueden dividir, en microeconómicas (organización industrial) y macroeconómicas (costo del capital), pero esta clasificación no resulta del todo satisfactoria, debido a que las diversas teorías de la IED contienen tanto elementos micro como macroeconómicos, no obstante y pese a esta

discrepancia, para los fines que este documento se ocupa, esta clasificación no podría ser un problema, iniciaremos diciendo que una característica relevante del comercio internacional actual, es el volumen de comercio intrafirma que se da entre las empresas multinacionales, y tal vez un tercio de todo el comercio internacional se hace a nivel de firmas (Meier et al, 2002:228), ello muestra que gran parte del comercio mundial se da entre países desarrollados que tienen dotaciones de factores similares.

En este contexto, surgieron las denominadas teorías neotecnológicas, como es el modelo del ciclo del producto de Raymond Vernon (1966). Por otro lado el paradigma ecléctico agrupa los diversos postulados que explican los flujos de IED, Dunning desarrolló un modelo conocido como paradigma ecléctico que propugna que los elementos que explican la internacionalización de la empresa vía la IED son las ventajas de propiedad, de internalización y de localización, por lo que también se denomina paradigma OLI (*Ownership, Localization and Internalization*) (Dunning, 1977, 1993, 1995). Mientras que la teoría de la senda del desarrollo de la inversión extranjera directa en el exterior fue formulada por Dunning en 1981, y replanteada posteriormente por el mismo autor y otros; Dunning 1983 y 1993, Narula, 1996; Dunning y Narula, 1996; Durán y Úbeda, 2001, 2005 (Durán y Úbeda, 2005:31). Esta teoría propone una relación sistemática entre el nivel de desarrollo de una economía y la inversión extranjera directa que emite y recibe.

Análisis de la Inversión Extranjera Directa en México.

En lo perteneciente a la localización regional de IED, ésta se caracteriza por su alto grado de concentración en el Distrito Federal. La explicación de esta conducta escapa a los alcances de la presente investigación; no obstante se infiere que las variables del análisis

tradicional como es el PIB y los costos laborales no son las principales variables explicativas de la capacidad de absorción de las Entidades Federativas y por ende, la distribución espacial de la IED en México; a título de ejemplo, el Estado de México aporta una mayor proporción de PIB a la economía nacional, en comparación con Nuevo León, y capta menor cantidad de IED; por otro lado Jalisco genera mayor PIB que Tamaulipas, Chihuahua, Baja California, Querétaro, Sonora, Colima y Coahuila; y recibe menor cantidad de IED; para este caso particular es probable que se deba en parte a la cercanía de esos estados, salvo el caso de Querétaro, con el amplio mercado norteamericano.

Se intuye que las diferencias regionales de la productividad total de los factores motiven la concentración de la inversión extranjera, en este sentido, la calidad de la infraestructura, la calificación del trabajo y la inversión en I+D podrían ser variables explicativas a considerar

En adición a lo anterior, es menester señalar, que la concentración económica es un elemento de atracción de IED, en concreto, aquella que se relaciona con la estrategia de búsqueda de mercados. La IED que tiene como propósito la búsqueda de eficiencia o de recursos estratégicos responde en menor medida a la concentración económica para la toma de decisiones. Véase Tabla 1.

Tabla 1. México: Exportaciones e Importaciones Anuales a Estados Unidos y Canadá
(valor en millones de dólares)

Año	TLCAN (Exportaciones)	TLCAN (Importaciones)	Estados Unidos Exportaciones	Estados Unidos Importaciones	Canadá Exportaciones	Canadá Importaciones
1993	44419.5	46470	42850.9	45294.7	1568.7	1175.3
1994	53127.9	56411.2	51645.1	54790.5	1482.8	1620.6
1995	67255	55202.8	65190	53828.5	2065.1	1374.3
1996	82017.1	69279.7	79780.5	67536.1	2236.6	1743.6
1997	95235.9	83970.3	92931	82002.2	2304.8	1968
1998	103667.7	95548.6	101950.7	93258.4	1717	2290.2
1999	121975.7	108216.2	118632	105267.3	3343.7	2948.9
2000	149783.9	131551	146214.5	127534.4	3569.4	4016.6
2001	139714	118001.6	136446.4	113766.8	3267.6	4234.9
2002	144889	111037	141897.7	106556.7	2991.3	4480.3
2003	147335.1	109481.2	144293.4	105360.7	3041.8	4120.5
2004	167813.5	116154.2	164522	110826.7	3291.5	5327.5
2005	187797.3	124716.7	183562.8	118547.3	4234.5	6169.3
2006	216975.6	137687.2	211799.4	130311	5176.2	7376.2
2007	229898	148545.2	223403.6	140569.9	6494.4	7975.3
2008	241686.7	162065.6	234557.1	152615.2	7129.6	9450.4
2009	193253.7	119737.6	184878.5	112433.8	8375.2	7303.7

2010	249058.1	153614.8	238357.5	145007.4	10700.6	8607.5
2011	285125.60	184001.5	274431	174356	10694.6	9645.4
2012	298762.60	194999.7	287824.2	185109.8	10938.4	9889.9

Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaria de Economía y OMC, Varios números

Principales teorías y conceptos vinculados al crecimiento y desarrollo

El crecimiento económico se refiere a la tendencia a largo plazo de la producción de un país, recogida a través de la evolución del PIB, ya que este es una medida del nivel de actividad económica de la sociedad. Otro elemento a tener en cuenta es el aumento de la población. Únicamente si se conoce el aumento de la población podrá saberse los cambios ocurridos del producto o renta por habitante. Por esta razón, cuando se estudia el crecimiento económico se suele utilizar la magnitud PIB por habitante.

El desarrollo es un fenómeno complejo que incluye mejoras o cambios económicos, políticos, sociales y humanos y que afecta a las estructuras económicas y a las instituciones políticas y sociales. El desarrollo se muestra a diferentes niveles:

- a. Económico: crecimiento PIB per cápita, consumo, inversión, exportaciones, bajas tasas de inflación y desempleo, mejora infraestructuras.
- b. Social: distribución más equitativa de la renta, disminución significativa de la pobreza, descenso desigualdades entre regiones, etnias, sexos.

- c. Demográfico: aumento esperanza de vida, mejoras sanitarias y prevención de enfermedades, descenso de la natalidad.
- d. Educacional: aumento alfabetización y de la escolarización primaria y secundaria, aumento investigación científica y conocimientos técnicos, etc.
- e. Político: consolidación de las instituciones y fórmulas democráticas.

Un primer acercamiento para entender el crecimiento de una región surge de (Marshall, 1920) al dar respuesta a las siguientes preguntas ¿cuáles son las causas que llevan a que una empresa se situó en un lugar y no en otro? ¿Las empresas pueden gozar de ventajas por la contigüidad entre las mismas? Dando la siguiente respuesta:

Muchas son las causas que han conducido a la localización de las industrias; pero las principales tienen relación directa con las condiciones físicas; por ejemplo: el tipo de clima, tipo de suelo y otros recursos naturales que forman parte del área donde se localiza la empresa, o las vías de comunicación que brindan un fácil acceso por tierra, aire o agua. Otra causa ha sido, el patrocinio de un grupo o comitiva. La simulación de riqueza, crea una demanda para las mercancías especialmente de alta calidad, y ésta a su vez atrae a trabajadores expertos desde diversas distancias, los cuales son educados sobre la marcha. (Marshall, 1920).

Por lo que, el crecimiento de las regiones atrasadas es derivado de los efectos del crecimiento en las áreas prósperas, el cual puede ser inducido por dos clases de efectos: favorables y desfavorables. El primero, se difunde a través de la demanda de las regiones avanzadas, que incluye mercados para los productos típicamente primarios de las regiones atrasadas; así como también mediante la difusión de innovaciones e inversiones.

Por su parte, (Kaldor, 1970) propone una variante de la hipótesis de causación acumulativa, la cual da cuerpo a la estructura de Myrdal. Éste sostiene que el principio de causación acumulativa no es ni más ni menos que la existencia de rendimientos crecientes a escala (en el sentido más amplio, incluyendo las economías externas y de aglomeración) en la industria manufacturera y cita con acierto la ley de Verdoorn¹⁴⁵. Según el modelo desarrollado por Kaldor, las tasas de crecimiento de la producción regional dependen del movimiento de los —salarios de eficiencia‖ (relación entre un índice del salario nominal y un índice de productividad), factor exógeno, y de la tasa de crecimiento de la demanda externa de la producción de la región, elemento exógeno detonador del movimiento del proceso circular acumulativo. (Tamayo F.2000)

Otro de los enfoques utilizado para explicar los diferenciales regionales, surge en gran medida por la Nueva Geografía Económica, donde se postula que el crecimiento regional obedece a una lógica de causación circular, en los encadenamientos, hacia atrás y hacia delante de las empresas.

El enfoque de la base económica basado en la demanda supone una economía dicotómica que distingue entre las actividades básicas y las no básicas. Como lo presentó North (1956), el argumento central esencial supone que el crecimiento regional determinado por el crecimiento de las actividades básicas de la región definidas como las actividades que producen bienes y servicios de exportación, por lo tanto traen recursos monetarios del exterior de la región. A su vez, el crecimiento de las actividades básicas depende de la demanda externa de su producción, además se asume que el crecimiento de las actividades no básicas definidas como las actividades que sirven exclusivamente a los mercados locales

¹⁴⁵Segunda ley de Kaldor o Ley de Verdoorn:indica que $(\frac{Y}{L})$ es la tasa d crecimiento de la productividad de trabajo en la manufactura y $(\frac{Y}{Y_m})$ es la tasa de PIB manufacturero.

o regionales de consumo final e intermedio, depende de la demanda alcanzada y del ingreso generado por las actividades exportadoras o básicas, por lo tanto se supone que las actividades no básicas tienen un papel pasivo en la promoción del crecimiento económico como lo mencionó Leven (1985: 572) al señalar que —la teoría de la base económica sostiene que las actividades no básicas y por lo tanto la producción para el mercado local solo puede aumentar si se incrementa el ingreso local, y este puede crecer sólo si la demanda total externa de la producción exportable crece y por lo tanto las actividades básicas de modo que el cambio exógeno necesariamente solo puede ocurrir en el sector exportador.

Las críticas al enfoque basado en la demanda se centran en su suposición restrictiva de una oferta perfectamente elástica de insumos, tales como mano de obra, capital, importaciones y servicios públicos, estos insumos estarían disponibles para apoyar actividad adicional de las industrias básicas a un costo por unidad constante, por lo tanto, la oferta de insumos no es una restricción para el crecimiento. Krikelas en (1992: 18) desarrolló una detallada historia analítica de los debates teóricos y empíricos de la teoría de la base económica y afirma que: —pese a que el modelo se ha mejorado a lo largo de los años de modo que incluya variables adicionales y acepte de manera más explícita la naturaleza dinámica del proceso de crecimiento regional, la mayor parte de los cambios se han dado dentro del ámbito de la simple especificación basada en la demanda, el modelo no ha evolucionado para reconocer el impacto potencial de muchas otras variables que pueden afectar el crecimiento regional.

Es decir, una región crecerá en la medida en que sus industrias exportadoras puedan competir con otras regiones, Por lo tanto, las actividades económicas no básicas

necesariamente desempeñan un papel importante en el crecimiento de la región en la medida en que los costos de los factores en las industrias exportadoras dependen mucho de esas actividades, la producción local o sustitución de importaciones podría reducir los precios de los insumos intermedios, y reducir los salarios intermedios, a través de precios menores de los bienes de consumo, en relación con los importados, desde la perspectiva, la base exportadora es un condición necesaria pero no suficiente para el crecimiento regional.

El enfoque de Richardson destaca el proceso de crecimiento acumulativo basado en economías de aglomeración y también incorpora el espacio tanto entre regiones como dentro de ellas, cuestiona la importancia de los diferenciales de los factores de aglomeración, pero relativamente no sustituye los primeros por los segundos. Borts (1974) señaló lo que comenzó como un ataque de modelos de crecimiento neoclásico, termino interesante, potencialmente útil y utilizable de las variables de localización que podría fortalecer el enfoque neoclásico.

La economía regional neoclásica se desarrolló durante los años 50 y 60, como respuesta a las teorías de crecimiento desequilibrado, la economía neoclásica partía de suposiciones de equilibrio estable y compartía los supuestos de la teoría neoclásica de comercio, que posteriormente desarrollo Bertil G. Ohlin. La teoría elaborada por Ohlin, partía de la hipótesis de que el libre comercio de las mercancías como la libre movilidad geográfica de capital y de otros factores de producción iba a conducir a la nivelación de los ingresos provenientes de estas actividades, tanto entre los países como entre las regiones.

Al mismo tiempo, la suposición central de la economía regional neoclásica parte de la hipótesis de que los desequilibrios regionales son básicamente provocados por la

insuficiente inmovilidad territorial de los factores de producción. Ésta se considera como obstáculo para el funcionamiento libre del mecanismo de mercado en un territorio dado, y por eso constituye un obstáculo para crear las posibilidades de nivelar los salarios como beneficios entre diferentes regiones.

La movilidad de factores ante la diferencia en el precio de los mismos, la producción entre la producción no agrícola y la proporción agregada capital-mano de obra, para las empresas indica que si estas se encuentran en regiones de bajos salarios deberían presentar una menor proporción de capital-mano de obra en cualquier proceso de producción dado, el cual rinde un valor marginal del producto para el capital mayor que en regiones de salarios altos, a medida que el capital migra de regiones con salarios altos a regiones con salarios bajos, suben las proporciones capital mano de obra en las regiones con salarios bajos, reduciendo los rendimientos de capital y aumentando el valor marginal del producto de la mano de obra.

El enfoque neoclásico es el postulado que sostiene que los rendimientos al capital y la mano de obra en las diferentes regiones convergerán en el largo plazo, en general, el mecanismo de auto ajuste, el cual parte de una situación de desequilibrio, expone la hipótesis de que regiones con ventajas en costos atraen empresas a una tasa mucho mayor que la del resto de la nación y por lo tanto experimentan tasas de crecimiento relativamente rápidas, pero que a medida que aumenta el número de empresas localizadas en esas regiones, los costos se incrementarán, las empresas continuarán moviéndose ahí sólo hasta que los costos de producción sean similares a los de otras regiones. Por lo tanto se alcanzará el equilibrio y cualquier diferencial en la tasa de crecimiento entre regiones será

eliminado con el tiempo, la mano de obra tenderá a migrar hacia regiones con salarios reales relativamente altos hasta salarial sea igual a la de las otras regiones.

La teoría de la base exportadora proviene en lo fundamental de la historia económica, y surge como una reacción a la explicación del crecimiento regional a partir de una secuencia de acontecimientos, según esta secuencia, las regiones iniciaban con una economía de subsistencia, con poca interacción y comercio. La segunda se presenta cuando al haber mejores condiciones de transporte se desarrollan en la región el comercio y la especialización. El aumento del comercio interregional provocará que la economía regional se diversifique, primero en actividades primarias, y después, debido a los rendimientos decrecientes, se industrialice. La etapa final sucede cuando la región se terciariza y se convierte en exportadora

La teoría de la base exportadora sugiere, que de acuerdo con la experiencia estadounidense, las regiones no se desarrollan en forma gradual a partir de la autosubsistencia, sino del potencial exportador. —Muchas regiones nuevas en Estados Unidos se desarrollaron alrededor de una o dos mercancías exportables y ampliaron su base exportadora sólo después de que habían reducido el costo de los transportes. Además se les critica su fracaso para corregir los desequilibrios regionales y su falta de capacidad para potenciar el surgimiento de empresarios innovadores a nivel local, por el exceso del dirigismo y carácter asistencialista. Estos hechos han dado lugar al surgimiento de nuevas aportaciones para las estrategias de desarrollo regional, que pueden ser englobadas bajo la denominación de desarrollo endógeno.

En la teoría centro periferia el impacto acumulativo de la evolución y crecimiento de los factores de producción trabajo, capital, conocimiento, en beneficio de las regiones que fueron las primeras en desarrollarse, y el detrimento de las regiones alejadas de ellas, acaba a menudo creando lo que se ha dado a llamar una relación centro-periferia (Carrillo, 2002).

En casi todos los países del mundo industrializados, pueden observarse regiones centrales más pobladas que son los focos de mayor industrialización y urbanización, y donde los ingresos son más elevados que en el resto del país.

En la mayoría de los países latinoamericanos, con excepción notable de Brasil cuyo centro económico sigue estando en el sur del país, la región de la capital nacional muestra niveles de ingreso muy por encima del promedio nacional. Como por ejemplo están los casos de Venezuela, el Distrito Federal en México, Lima en Perú, Ciudad de Guatemala en Guatemala, o Montevideo en Uruguay. Una vez que el poder de atracción en las regiones centrales se instala en la geografía económica de un país, es muy difícil hacerle contra peso.

Los modelos de causación acumulativa explican los diferenciales de crecimiento o polarización entre el centro y la periferia durante la etapa de transición hacia una industrialización e integración territorial de las economías nacionales. Sin embargo Friedmann reconoce la importancia de los desequilibrios de poder político y económico y de las tasas diferenciales de cambio cultural entre regiones en la explicación de las disparidades.

El principal problema que se tiene en este esquema conceptual depende de la intervención de la política pública o de la suposición de que una vez que se ha alcanzado la industrialización, el gobierno buscará la equidad interregional y no tanto la eficiencia

agregada, es por eso que surge la pregunta si las condiciones para dicho cambio hacia la primera equidad interregional algún día ocurrirán.

En el modelo centro periferia el crecimiento económico propone reducir el tamaño relativo del sector primario, como consecuencia: (i) de la baja elasticidad demanda-renta de los bienes no procesados, (ii) de la tendencia a sustituir materias primas naturales por sintéticas en los procesos productivos y (iii) del aumento de la eficiencia en la producción de los propios bienes primarios. El cambio en la estructura productiva (productora de manufacturas en el centro y de materias primas, en la periferia) opera como un sesgo sistemático contra las regiones en desarrollo, tendiendo a generar un exceso de mano de obra dedicada a la actividad primaria en la periferia.

Inversión extranjera directa en México

El modelo sustitución de importaciones que caracterizó a la economía nacional desde mediados de los años treinta, desapareció por la crisis económica de 1982, y se reemplazó por un modelo de economía abierta. Las reformas de política económica de mediados de los ochenta, como el ingreso de México al (GATT) en 1986, la privatización de empresas paraestatales, las reformas legales, entre otros elementos, permitieron la implementación del nuevo paradigma. Por otro lado con la entrada en vigor del (TLCAN) en 1994, se consolidó la apertura de la economía nacional, firmándose posteriormente 10 tratados más en este sentido y dada la reducción del sector público y baja capacidad de ahorro doméstico, la atracción de (IED) representaba la mejor opción de financiamiento externo. Desde el año 2004, en términos absolutos se presenta una tendencia positiva en el

comportamiento de las entradas de (IED) a México, lo anterior implica que la entrada en vigor del (TLCAN) ayudó a apuntalar el crecimiento de la (IED) en México.

Una de las razones que pueden explicar el comportamiento de la (IED) en México de 1986 a 1987 obedece a la aplicación de un programa de conversión de deuda, y de 1986 a 1990 un cuarto de la (IED) recibida es atribuible a dicho programa (Agosin et Al., 1996:20), asimismo el repunte de la (IED) de 1994, se podría explicar por las perspectivas de las (EMs)¹⁴⁶ respecto a la entrada en vigor del TLCAN. Por otro lado se tienen periodos que no fueron favorables como: 1998, 2003 y 2009, años en los cuales se pueden observar disminuciones comparadas con el año inmediato anterior.

Aunado a lo anterior el comportamiento de las salidas de IED ha sido similar al observado de los flujos de entrada, pero en menores proporciones, manteniéndose la economía mexicana como captadora neta de ahorro. El cuadro 1 muestra los flujos de inversión extranjera y el destino a nivel estatal, siendo los estados de Jalisco, Nuevo León, Estado de México y Distrito Federal los que captan el 76 % de la inversión.

¹⁴⁶Se infiere que gran parte de la IED que se captaba en ese tiempo era aquella encaminada a la búsqueda de mercados.

Flujos de IED a México por entidad federativa de destino.
(millones de dólares)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
México	3,722.5	3,565.1	3,599.6	4,900.7	10,646.9	8,374.6	7,847.9	12,145.6	8,373.5	13,934.2	18,282.1	29,961.8	23,900.9	18,671.9	24,854.6	24,449.2	20,291.5	31,379.9	27,853.3	16,560.5	21,372.4
Aguascalientes	0.0	61.8	31.5	9.3	28.5	27.1	34.8	18.1	69.1	91.2	81.9	103.8	10.6	34.4	303.9	105.0	113.1	206.4	424.9	366.1	319.0
Baja California	36.6	62.8	98.3	189.6	227.1	538.1	427.7	679.4	726.2	1,173.8	984.8	876.3	978.3	777.6	996.2	1,094.4	957.3	865.6	1,458.3	603.0	906.1
Baja California Sur	31.4	13.1	46.8	147.6	8.3	20.9	34.6	42.5	46.8	99.6	81.2	155.1	260.7	106.8	147.9	597.3	445.1	419.7	363.4	193.2	227.1
Campeche	0.0	0.0	0.3	5.2	2.1	0.5	0.0	1.8	0.1	4.7	11.4	-20.9	72.4	13.9	47.7	13.8	10.6	-51.3	-17.1	-60.3	-28.3
Chiapas	0.0	2.3	19.8	4.2	0.4	0.4	1.0	0.4	0.4	4.3	2.2	-0.5	2.2	1.4	12.0	1.4	0.6	14.2	-25.2	1.1	2.1
Chihuahua	24.1	17.8	95.3	27.2	308.4	528.7	536.7	504.0	620.0	615.3	1,209.5	694.0	584.6	1,107.0	677.4	1,170.3	1,541.6	1,731.5	1,480.8	1,127.8	1,527.2
Coahuila de Zaragoza	3.2	24.0	7.7	30.8	102.3	120.4	147.6	114.4	134.6	233.6	310.9	189.2	204.4	167.0	180.5	154.4	341.5	117.7	1,138.5	128.5	137.0
Colima	22.6	18.7	128.3	18.3	102.9	3.0	4.0	3.5	4.1	4.3	9.5	2.9	-4.7	32.0	6.9	1.8	64.6	28.6	-1.3	22.5	3.4
Distrito Federal	2,226.0	2,389.4	2,028.6	3,088.9	7,602.9	4,486.4	4,777.0	6,643.8	4,000.6	6,304.0	9,042.3	22,044.1	16,561.7	11,276.4	14,341.3	12,610.1	9,939.0	17,423.8	13,505.8	8,719.2	7,556.4
Durango	11.2	133.5	1.2	7.9	21.5	41.0	20.2	75.2	61.9	24.5	38.0	39.8	84.6	177.1	80.1	-21.0	112.6	225.0	574.3	54.7	502.9
Estado de México	212.2	312.3	314.1	291.9	340.5	611.2	412.1	290.4	747.0	1,414.4	545.2	916.7	776.1	718.4	3,575.8	877.1	1,392.0	862.2	1,630.9	1,617.4	1,178.7
Guanajuato	24.2	5.2	50.9	36.5	27.4	6.3	9.8	41.0	10.6	145.5	48.7	274.9	162.0	241.5	73.0	318.4	-70.7	260.0	282.7	136.3	122.4
Guerrero	153.7	3.5	6.6	4.7	7.1	62.6	9.6	4.5	2.6	34.2	11.7	19.3	15.8	54.9	25.0	29.8	33.4	-50.7	1.5	13.6	-53.3
Hidalgo	0.1	5.2	0.1	3.5	0.1	48.3	60.2	2.4	7.6	0.7	-5.6	77.5	4.9	1.7	0.6	-3.7	11.5	2.3	40.3	0.3	17.6
Jalisco	109.8	216.6	163.8	117.3	64.3	114.4	185.6	202.5	362.1	539.6	1,196.0	490.9	327.9	386.8	607.6	1,252.6	759.7	499.1	214.3	845.0	1,664.8
Michoacán de Ocampo	91.5	2.3	352.2	36.6	8.5	48.8	1.2	4.0	4.3	6.3	29.1	7.7	11.8	-11.5	-1.5	60.4	-110.0	1,590.3	31.9	28.5	3.3
Morelos	178.8	16.9	16.3	18.4	19.4	67.6	51.2	27.4	60.8	148.0	67.4	43.1	94.6	28.3	241.9	-47.2	311.0	453.3	134.1	-56.3	17.8
Nayarit	0.2	0.1	7.5	0.1	5.6	2.0	3.6	7.6	6.1	28.1	44.8	40.3	19.9	90.7	79.1	104.5	159.3	83.7	24.5	50.0	52.3
Nuevo León	493.6	21.3	32.6	353.8	937.4	704.5	358.4	2,371.4	672.9	1,553.9	2,389.0	2,090.3	2,195.9	1,640.9	1,469.7	5,138.1	2,000.4	3,128.9	1,952.1	1,318.2	5,290.1
Oaxaca	0.0	1.2	1.5	5.6	0.1	-2.0	0.3	6.1	0.4	1.1	-0.1	-1.6	4.5	0.9	3.0	8.2	10.7	15.2	17.7	29.2	5.3
Puebla	13.5	15.4	8.5	59.7	29.9	25.9	39.2	379.3	37.9	204.5	549.1	499.0	481.0	959.1	766.4	-531.6	515.1	356.0	270.1	88.3	558.7
Querétaro	10.1	42.1	70.5	61.3	141.1	42.0	69.8	73.2	125.1	142.3	179.6	206.5	255.0	56.3	151.1	96.9	221.9	157.2	446.5	463.5	393.5
Quintana Roo	9.3	15.4	39.0	1.0	38.6	24.6	25.5	129.2	43.8	98.9	98.9	129.5	14.3	111.4	79.3	272.6	352.9	878.5	164.6	154.7	67.4
San Luis Potosí	14.0	25.2	3.4	78.1	14.8	135.3	89.1	1.1	6.1	208.1	290.0	198.6	10.1	83.9	57.5	128.0	96.2	191.1	144.7	-14.0	286.7
Sinaloa	5.6	25.4	1.8	0.8	46.2	94.1	28.7	36.0	13.6	41.4	12.1	63.2	22.9	25.3	55.0	28.8	47.1	44.3	47.3	18.2	22.9
Sonora	25.1	6.7	11.1	89.6	107.1	155.4	108.3	159.7	171.1	224.2	416.2	180.3	195.7	123.9	309.0	266.9	335.6	464.5	1,282.9	265.8	124.9
Tabasco	0.0	0.0	1.6	2.5	0.6	1.2	0.0	7.6	0.4	52.9	38.9	8.6	75.8	25.2	150.9	35.2	77.2	0.9	46.6	5.1	25.9
Tamaulipas	4.4	60.8	37.5	52.9	362.4	393.7	334.3	283.7	345.7	462.1	502.8	360.5	311.0	336.6	236.5	394.8	526.8	513.0	472.7	187.4	206.7
Tlaxcala	5.4	1.1	0.0	2.0	19.3	11.2	7.3	3.9	8.8	44.8	4.4	13.2	-17.2	28.6	136.5	65.3	9.6	15.5	37.4	4.8	41.4
Veracruz de Ignacio de la Llave	10.3	63.2	9.6	152.8	10.2	29.0	10.4	3.7	38.2	-24.9	24.6	121.0	165.8	44.2	18.2	215.3	41.6	75.0	157.4	157.8	54.6
Yucatán	5.6	1.6	7.0	1.9	48.1	19.8	48.6	14.2	31.0	41.3	55.5	132.9	13.8	30.9	21.0	7.5	28.6	57.7	33.8	13.2	2.7
Zacatecas	0.0	0.2	6.2	0.7	13.8	12.2	11.1	13.6	13.6	11.1	12.5	5.7	4.8	0.1	5.1	3.7	15.4	801.0	1,517.0	77.5	135.0

Fuente: elaboración propia con datos de INEGI, 1990-2010.

La inversión extranjera manufacturera directa en México, de acuerdo al crecimiento regional.

En lo perteneciente a la localización regional de IED, ésta se caracteriza por su alto grado de concentración en el Distrito Federal, no obstante se infiere que las variables del análisis tradicional como es el PIB y los costos laborales no son las principales variables explicativas de la capacidad de absorción de las Entidades Federativas y por ende, la distribución espacial de la IED en México; a título de ejemplo, el Estado de México aporta una mayor proporción de PIB a la economía nacional, en comparación con Nuevo León, y capta menor cantidad de IED; por otro lado Jalisco genera mayor PIB que Tamaulipas, Chihuahua, Baja California, Querétaro, Sonora, Colima y Coahuila; y recibe menor cantidad

de IED; para este caso particular es probable que se explique en parte a la cercanía de esos estados, salvo el caso de Querétaro, con el amplio mercado norteamericano

Resultado de lo anterior tenemos que la gráfica nos muestra que en 1995 el estado de Oaxaca registró una disminución de 2 millones de dólares, junto con el estado de Veracruz que en el periodo de 1999 también registró una baja de 24.9 millones de dólares.

Se intuye que las diferencias regionales de la productividad total de los factores motiven la concentración de la inversión extranjera, en este sentido, la calidad de la infraestructura, la calificación del trabajo y la inversión en I+D podrían ser variables explicativas a considerar¹⁴⁷ como se muestra en las gráficas la cual muestra la IED en los últimos diez años.

Podemos decir que en los últimos diez años los estados han sufrido una disminución en lo que se refiere a la captación de inversión debido a los diferentes problemas económicos por los que atraviesa la economía mundial, tal es el caso de los estados de Campeche, Colima, Chiapas, Durango, Guerrero, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí y Tlaxcala, siendo 2005 el año crítico debido a que 5 estados de los doce que experimentaron una disminución, Campeche por su parte del 2007 al 2010 observó disminuciones anuales.

En adición a lo anterior, es menester señalar, que la concentración económica es un elemento de atracción de IED, en concreto, aquella que se relaciona con la estrategia de búsqueda de mercados. La IED que tiene como propósito la búsqueda de eficiencia o de recursos estratégicos responde en menor medida a la concentración económica para la toma

¹⁴⁷También se intuye que conforme a la teoría de la senda del desarrollo de la inversión directa en el exterior, las Entidades Federativas mexicanas se encuentran tanto en la primera como en la segunda etapa.

de decisiones. En términos parciales, la capacidad de atracción de IED que presentan las Entidades Federativas mexicanas no guarda una relación estrecha directa con la capacidad de generación de producto, el cuadro 2 muestra el número de empresas que resultaron beneficiadas así como el estado en el que se encuentran ubicadas, haciendo comparación con la inversión recibida se observa que no hay gran cambio ya que las empresas que resultaron beneficiadas se encuentran en primer lugar en el Distrito federal con un promedio de 385, en segundo lugar Baja California 123, Nuevo León 70 y Estado de México 63. Véase Tabla 2.

Tabla 2. Número de empresas que recibieron flujos de IED por estado

Entidad federativa	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Aguascalientes	66	54	52	56	59	54	50	52	52	45	50	60
Baja California	940	760	714	674	750	979	877	827	802	663	515	538
Baja California Sur	210	205	212	250	245	299	371	534	502	275	143	125
Campeche	20	17	24	35	25	25	27	20	37	20	22	20
Chiapas	7	9	9	13	9	17	10	5	7	8	5	7
Chihuahua	386	378	369	361	347	345	343	358	391	321	293	266
Coahuila	176	169	159	143	148	148	156	153	162	152	119	113
Colima	9	10	14	10	7	6	9	13	20	11	16	13
Distrito Federal	2,472	2,999	2,767	2,633	2,532	2,451	2,742	2,634	2,579	2,612	2,283	2,151
Durango	29	31	26	33	41	38	39	34	33	27	26	31
Estado de México	457	507	502	503	400	455	459	432	412	380	361	302
Guanajuato	106	97	113	115	123	126	119	100	110	93	76	94
Guerrero	22	16	30	28	24	28	28	30	28	14	16	7
Hidalgo	11	17	8	4	4	7	7	7	9	7	3	10
Jalisco	314	352	383	381	351	348	349	380	409	361	286	339
Michoacán	18	15	12	16	20	20	30	25	28	18	9	23
Morelos	55	48	51	33	36	44	39	37	36	26	26	30
Nayarit	40	26	31	38	35	55	61	62	65	50	35	44
Nuevo León	442	481	509	509	564	493	498	563	577	484	397	408
Oaxaca	20	10	18	29	22	29	25	43	37	35	19	31
Puebla	115	123	118	133	116	115	104	78	84	63	65	70
Querétaro	91	126	118	122	132	140	138	145	149	142	113	129
Quintana Roo	261	289	309	291	255	345	286	321	214	197	84	98
San Luis Potosí	41	45	47	34	34	52	50	47	57	38	43	49
Sinaloa	30	36	46	40	49	47	53	63	58	24	24	24
Sonora	215	178	149	167	155	212	226	217	215	146	102	108
Tabasco	7	6	11	18	11	12	9	7	9	11	9	9
Tamaulipas	254	284	269	241	261	243	238	220	215	201	184	179
Tlaxcala	23	19	11	19	21	17	20	17	12	13	11	8
Veracruz	37	54	49	50	63	51	48	45	58	42	49	44
Yucatán	108	103	109	112	137	178	234	207	229	154	82	103
Zacatecas	8	15	12	10	10	10	13	11	18	18	18	18

Fuente: elaboración propia con datos de INEGI, 1990-2010.

Por último, el comportamiento de la participación de la IED por sectores de actividad económica, durante 1985-2007 ha sido irregular. Con la salvedad del cambio estructural de

los datos en 1994; en 2007, la mayor cantidad de IED tuvo como destino el sector industrial, 17% menos que en 1985.

Por otro lado el sector industrial ha perdido dinamismo durante el mismo periodo de análisis, no obstante es el mayor generador de empleo en la economía nacional, sin embargo en 2010 los sectores 31, 32 y 33 de industrias manufactureras así como los sectores 43 y 46 del comercio tuvieron más de 22 mil empresas que recibieron IED traduciéndose en generación de empleos directos e indirectos.

Cabe destacar, que en la literatura especializada se contempla la difusión de externalidades positivas, y los estudios empíricos generalmente se centran en la actividad industrial y en menor medida en los servicios, siendo reducida la cuantía de estudios del sector primario. Es sabido que el sector agrícola mexicano, a pesar de que ha ido cambiando paulatinamente su estructura, es de tipo minifundista, por lo que es baja la probabilidad de que se beneficie de derramas de personal calificado, técnicas de gestión, nuevas tecnologías, entre otros aspectos, para los estados del centro y del sur del país.

En contraste, para el sector industrial es más probable la apropiación de las externalidades. Aitken, Hanson y Harrison (1997) sugirieron que la presencia de inversionistas extranjeros estimula en mayor medida la capacidad exportadora de las firmas locales que cualquier ventaja comparativa geográfica

Por otra parte, los más grandes flujos de IED durante el final del periodo 1980-2000 llegaron a la industria automotriz mexicana, y en el año 2000 ésta exportó vehículos y partes, cuya venta alcanzó los 7 billones de dólares, 354,000 dólares en salarios y soporte de 300 proveedores internos (Moran, 2005: 297).

Estas discrepancias en el impacto de la IED en la productividad entre sectores y empresas, se reflejan en las conclusiones de índole diversa a las que arriban estudios de caso. Mientras que, a diferencia de los estudios empíricos que buscan evidencia de los beneficios atribuidos a la IED; existen estudios robustos que concluyen que la liberalización del mercado de capitales representa beneficios a las economías domésticas, mientras que son débiles los hallazgos relativos al incremento de la productividad por la presencia de EMs.

En parte, el funcionamiento de los *spillovers*¹⁴⁸ en los incrementos de la productividad presenta obstrucciones, por lo que su difusión no es automática y puede ser inclusive restringida. Si la IED es recibida por un sector de enclave no se generarían *spillovers*; similar situación para los *spillovers* horizontales si las firmas extranjeras entran en la misma industria y toman parte del mercado de las empresas locales e impiden la derrama tecnológica; para el caso de los *spillovers* verticales, si la EM sólo concede contratos con la mejor o mejores empresas locales tampoco se percibirá un incremento de la productividad.

De la misma forma, la especificación de distintas funciones de producción empleadas para efectuar la comparación de estudios, la práctica de emplear precios de venta intrafirma inferiores a los precios de mercado para reducir el pago de las tributaciones arancelarias, entre otros elementos, dificultan la medición de la productividad.

¹⁴⁸Las relaciones mediante las cuales se difunden las externalidades positivas; para el caso de las externalidades positivas horizontales se puede mencionar, la competencia, la rotación de trabajadores o la imitación de las técnicas de las empresas; para el caso de las externalidades positivas hacia atrás son ejemplos, la transmisión directa de tecnología o las exigencias superiores de los términos comerciales; o en lo que respecta a la externalidades positivas hacia delante, se pueden señalar la disminución de precios y la variedad de bienes.

La Inversión extranjera directa y el crecimiento económico de México TLCAN.

Existen tres argumentos de la sabiduría convencional acerca del impacto de la IED en el desarrollo económico de las economías anfitrionas en desarrollo: El entusiasmo del Consenso de Washington, reiterado por los inversores multinacionales y los grupos de negocios que afirman que la IED es inequívocamente —buena para el desarrollo.

La segunda fuente es el escepticismo académico que sostiene que no existe ninguna relación significativa entre los flujos financieros en forma de IED y el desarrollo económico. (Un dólar de IED no vale más ni menos que un dólar de cualquier otro tipo de inversión)¹⁴⁹. Por último, en años recientes el dirigismo resucitado por algunos dirigentes de países en desarrollo que propugna que los objetivos de desarrollo de las economías anfitrionas en desarrollo solo pueden ser alcanzados imponiendo requisitos de funcionamiento a los inversores multinacionales (Graham, et Al, 2005:2). La diferencia de estos enfoques presenta un dilema para la elaboración de la política económica a seguir respecto de la IED, por lo que resulta indispensable contar con los elementos necesarios antes de adoptar algún tipo de medida (Graham, et Al, 2005:2).

Existen diversas vías a través las cuales se conjetura que las EMs afectan el proceso de crecimiento de las economías receptoras, por lo que se considera que la IED es una fuente adicional de crecimiento económico.

Para el caso de la economía mexicana se observa que durante el horizonte de tiempo objeto de estudio, no hay una clara relación en el comportamiento de la generación de riqueza y la IED, inclusive con marcadas diferencias, en 1994 hubo tasa de crecimiento del PIB de 4.46% y se incrementó sustancialmente la captación de IED, 168.37%, quizá explicada por

¹⁴⁹ Dani Rodrik, (Graham, et Al, 2005:2)

la entrada en vigor del TLCAN; para el año 1995 descendió estrepitosamente el PIB y una disminución mucho menor de la IED.

En lo relativo a la relación de causalidad de la IED y el PIB no se puede afirmar que haya un impacto directo ni dirección de impacto para las dos variables, sin embargo no significa que la IED no aporte al crecimiento económico, por lo que se infiere que existen otras vías no directas o su impacto sea marginal. Además, es necesario mencionar que la concentración económica empleando como *proxy* el PIB, es una variable establecida como factor de atracción de IED.

No obstante, su alta aportación relativa parece que su proporción respecto al *stock* de capital no es lo suficientemente grande para relacionarse de manera directa con el comportamiento del PIB. Sin embargo, la contribución creciente de este tipo de inversión en la formación bruta capital nacional evidencia *per se* los efectos positivos en la generación de producto de la economía mexicana.

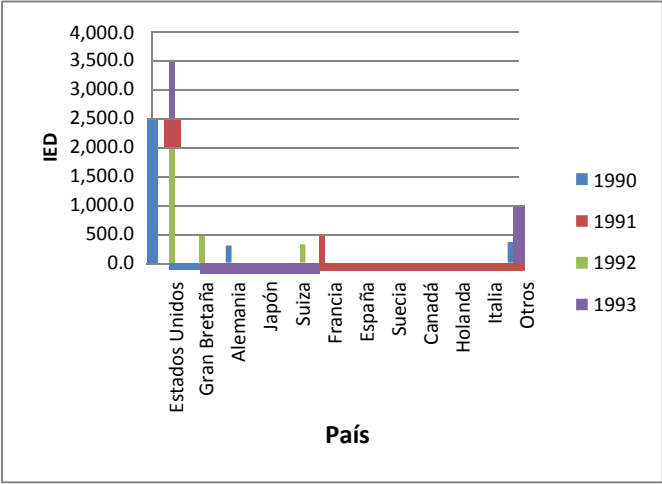
Las EMs dejaron la estrategia de emplear la IED para controlar los mercados, para dar paso a la inversión orientada a la construcción de un conjunto de relaciones entre las compañías generando redes globales (Castells, 2004:193). En este sentido otra vía de los potenciales beneficios de la IED, es aquella que la relaciona con su alta capacidad exportadora, ya que las EMs crean redes globales de intercambio, a las que tendrían acceso las empresas locales.

Por un lado, la compra de bienes intermedios, bienes de capital y de consumo intrafirma de las EMs aumentan las transacciones de comercio internacional, al articular su cadena de producción en diferentes partes del mundo, por otro lado, al utilizar proveedores locales, si

éstos generan un excedente respecto de la demanda de las EMs, les permiten venderlo a través de sus canales de distribución.

La importancia relativa de la IED en las exportaciones y en las importaciones nacionales es notoria a partir de 1994, ejemplificando la aportación al comercio de las EMs, esta capacidad exportadora incrementa la apertura comercial motivando con ello un aumento en los beneficios potenciales del comercio y por ende en el bienestar de la economía anfitriona.

Los flujos de IED por país de origen se han diversificado en los últimos 20 años podemos ver 1990-1993 el principal inversionista era Estados Unidos, después de la firma del TLCAN en aumento pasó de 2,308 mdd a 3,503.6 mdd lo que representa un aumento de 1,196 mdd en tres años (gráfica 1).



Gráfica 1. Flujos de IED a México por país de origen 1990-1993

Fuente: elaboración propia con datos de secretaria de economía varios años.

Conclusiones

- El TLCAN es, sin duda, una de las medidas de política económica de mayor trascendencia adoptada por México en las décadas recientes.
- El acuerdo no sólo abrió más la economía al comercio con su mayor socio comercial, Estados Unidos y permitió que la inversión extranjera directa procedente de ese país se incrementara sino que requirió la reforma, o la creación, de instituciones que, directa o indirectamente, afectan al comercio y la actividad económica, por ejemplo, la propiedad intelectual, las normas, la regulación de la competencia.
- De esta manera, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) es un acuerdo de carácter recíproco que ha afrontado de modo inadecuado el problema de las asimetrías de ingreso, competitividad y nivel de desarrollo pues no se diseñaron mecanismos de compensación.
- En particular, esto requiere de políticas activas, especialmente en aspectos tales como el apoyo a la industria, el progreso tecnológico y la infraestructura.
- Igualmente, es preciso encontrar formas de mejorar la contribución de la IED a la tecnología, la productividad y las exportaciones.
- Para esto no se requiere necesariamente de una mayor intervención gubernamental sino de una mejor intervención. Lo que si es indudable que el mercado por sí mismo no lo lograría.
- La evidencia disponible apunala la concepción de que los estados que logran captar una mayor inversión no son los que pagan mejores salarios lo cual presenta beneficios netos a las economías anfitrionas, el marco legal mexicano de la inversión está diseñado solamente con miras a flexibilizar la regulación de los flujos

financieros externos; y no considera elementos que permitan el uso de políticas activas de inversión extranjera.

- El curso del marco legal actual mexicano de la inversión extranjera directa, reduce el nivel de actuación del Estado mexicano ante perturbaciones económicas externas.
- El Estado mexicano requiere definir directrices en materia de política de inversión extranjera en función de la actualidad nacional y con base en ello reestructurar en la medida de lo posible el marco legal.

Bibliografía

- Agosin, M et Al. (1996) Inversión extranjera directa en América Latina: Su contribución al desarrollo. Santiago de Chile 1ª edición, Ed. Banco Interamericano de Desarrollo y Fondo de Cultura Económica.
- Aitken Brian J. y Harrison Ann, E. (1999). Do domestic firms benefit from direct foreign investment: evidence from Venezuela. *American Economic Review*, 89 (3), p. 605-618.
- Carrillo, M. (2002). Aspectos Microeconómicos introductorios del desarrollo regional y urbano, Instituto Politécnico Nacional.
- Castells Huerta, M. (1989). Nuevas tecnologías y desarrollo regional. Elementos de reflexión con Andalucía como punto de referencia. En: *Política Regional en la Europa de los años 90*. Secretaria de Hacienda. Madrid. España. p. 31-58.
- Díaz, R. (2001). Un estudio descriptivo de la inversión extranjera directa en España y su distribución territorial. Departamento de Fundamentos del Análisis Económico e Historia e Instituciones Económicas, p. 1-26.
- Díaz, R. (2001). Un modelo explicativo de la localización regional de la inversión extranjera directa: Una aplicación a la economía Española. *Análise Económica*, vol. 23, p.1-34.
- Díaz, R. (2003). Teorías de la localización de la inversión extranjera directa: Una aproximación. *Revista Galega de Economía*, vol. 12, p. 1-12.
- Graham, E. et Al. (2005). Does foreign direct investment promote development?. Washington, Institute for International Economics.

- Kaldor, N. (1970). The case for regional policies, *Scottish Journal of Political Economy*, vol. 17, núm. 3, p. 337-348.
- Krikelas, A. (1992), Why regions grow: A review of research on the economic base model, *Economic review*, vol. 77, núm. 4, Federal Reserve Bank of Atlanta.
- Leven, Ch. (1985) Regional Development analysis an policy, *Journal of Regional Science*, vol. 25, núm. 4.
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*, 8ª ed. Macmillan, Londres.
- Moran, Theodore. (2005). How does FDI affect host country development? Using industry case studies to make reliable generalizations. En *Does Foreign direct investment promote development?* Washington. Institute for International Economics. p. 281-313
- North, D. (1956), A reply, *Journal of political economy*, vol.64.
- Ohlin, B. (1937). Algunas notas acerca de la teoría de Estocolmo sobre el ahorro y la inversión *Economic Journal*, vol XLVII, 1937; parte I, marzo de 1937, p. 53-69.
- Safarian, Edward. (1973). Perspectives of foreign direct investment from the viewpoint of a capital receiving country, *The journal of finance*, 28 (2), papers and proceedings of the thirty-first annual meeting of the American Finance Association Toronto, Canada, p. 419-438.
- Tamayo, F. (2000) *Las Políticas de desarrollo industrial regional y sus nexos teóricos, laissez-faire e iniciativas locales en México*, Ed. CIDE, División de Administración Pública, México.

Sobre los orígenes y razones del TLCAN: evaluación y actualidad

Jesús Gallegos Olvera

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales- Universidad Nacional Autónoma de México

Centro de Relaciones Internacionales

Resumen:

La ponencia expone una revisión de los orígenes y razones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, con la digresión particular sobre la crisis mexicana que le acompañó en sus primeros años y que al paso del tiempo permitió revelar las condiciones geopolíticas y geoeconómicas que definen el alcance y los límites de la integración en la región norteamericana. Ante esas condiciones, hoy vigentes, se presenta una evaluación que expone la actualidad del proyecto integracionista en América del Norte que se discute en las polos pesimistas o idealistas de su continuidad y/o renovación, que establecen las condiciones para la evaluación de un viraje en la dependencia de México hacia su vecino estadounidense, permitiendo pensar a éste en la estrategia mexicana que no sólo se circunscribe al ámbito comercial, sino al ámbito multimendisonal que abarca la política exterior de nuestro país.

Palabras clave: TLCAN, integración norteamericana, geopolítica del comercio

Introducción

Revisar las —perspectivas para una integración más profunda‖ en América del Norte da cuenta de evaluaciones múltiples sobre una historia común que ubica en el TLCAN un punto de referencia indiscutible. Para la generación a la que pertenezco, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte significa un proyecto concluido en el proceso integracionista de la región, que hoy se encuentra alejado de los temores infantiles al libre comercio que en otro tiempo ofrecieron una satanización por su sólo enunciamiento. Asimismo, el también conocido como TLC no significa ni la condición para el desarrollo de México, su modernización o la única oportunidad para construir una nación más próspera, democrática y equitativa. Las razones en cada caso son complejas.

Desarrollo

El sino de la integración de Norteamérica en el siglo XXI empieza por reconocer el largo sendero de pros y contras que la experiencia compartida ha dejado en las últimas décadas, cuyo balance final permite diseñar escenarios para los cuales nuestro país debe estar preparado, con o sin reformas legislativas que politizan en su coyuntura el futuro nacional. Responder qué consecuencias tendría el rechazo o la continuidad de la resistencia a la integración para México da cuenta de algunas claves para descifrar el críptico mensaje que hoy establece el internacionalismo mexicano con su esquizofrenia entre la diversificación o la concentración en las latitudes que ofrece nuestra posición geográfica, que le permite mirar al Norte o al Sur del hemisferio; y también al Pacífico y al Caribe con sus extensiones en cada caso. De igual manera, evitar la reacción nacionalista y, por tanto, sus consecuencias permite la enumeración de acciones a realizar y elegir entre dos riesgos: el primero, promover y profundizar la integración de América del Norte; y el segundo,

continuar por la anhelada ruta de la diversificación, recíprocamente asimétrica con Asia, Europa o América Latina. La respuesta se encuentra al dejar de plantearse falsos dilemas, y por el contrario profundizar la integración norteamericana y hacerla más equitativa, a través de un abanico de fórmulas a ensayar.

La —facilidad‖ de la respuesta se especifica no sólo por la debatida incuestionabilidad de las cifras macroeconómicas y el determinismo geográfico. Como han señalado varios especialistas, —la particularidad mexicana plantea desafíos que no admiten el reduccionismo‖; de manera que —presentar como dilema excluyente Estados Unidos o América Latina sería tanto como pretender que una persona olvidara su trabajo para atender a su familia paterna. No es razonable exponerlo así y sólo nos lleva a polémicas interesadas, aderezadas cada vez peor con una retórica decimonónica‖ [Curzio, 2008]. En este sentido, —hay una verdad de Perogrullo, inalterable desde hace por lo menos dos décadas y la cual en ocasiones insistimos en ignorar en México, que es que ningún país en el mundo tiene un impacto tan directo y crítico para el bienestar futuro de los mexicanos como el que tiene Estados Unidos. Ante esta verdad, a veces incómoda, a veces negada, se desarrolla una relación con algún grado de demencial‖ [Sarukhán, 2008].

Desde luego, es difícil determinar —sin que medie discusión— la causalidad entre la aplicación del TLCAN y el crecimiento económico regional. No obstante, como sugirió hace algunos meses Carla A. Hills —funcionaria del gobierno estadounidense durante la primera administración de William Clinton y una de las protagonistas en los orígenes del TLCAN— —es importante ser claro con los resultados del Acuerdo‖. Por ejemplo:

—el TLC creó lo que hoy en día es un mercado regional de 19 billones de dólares, con unos 470 millones de consumidores. Además, con base en datos de la Cámara de Comercio de Estados Unidos, —seis millones de empleos de estadounidenses dependen del comercio con México y otros ocho millones del intercambio con Canadá [Hills, 2014]. Esos 14 millones son equivalentes al 40% de la población del país de la hoja de Maple o al 12 % de la población mexicana que habita el territorio nacional.

Los flujos comerciales intrarregionales han aumentado aproximadamente un 400%. Tan sólo en la frontera entre Estados Unidos y Canadá cada día cruzan cerca de 2 mil millones de dólares en bienes y servicios, mientras que en la frontera de México con su vecino del norte se presenta un intercambio de 1,100 millones de dólares. Lo que ha consolidado, hasta ahora, a Canadá como el socio comercial más importante de Estados Unidos y a México lo ubica en un tercer lugar.

En el caso de las inversiones, —desde la firma del tratado, Estados Unidos ha invertido 310 mil millones de dólares en la economía canadiense y éste a su vez ha hecho inversiones por 200 mil millones en su vecino del sur.

Otro dato, en 2013 el 14% de las exportaciones de Estados Unidos se dirigieron a México, cifra que supera las exportaciones estadounidenses hacia Brasil, Rusia, India y China combinadas. De hecho, señala la propia Hills, —México compra más bienes de los Estados Unidos que el resto de América Latina en su conjunto o más que Francia, Alemania, Holanda e Inglaterra.

Más datos para sostener el proceso de integración en Norteamérica, —los canadienses constituyen cerca del tres por ciento del total de la población nacida en el extranjero de los

Estados Unidos, y los mexicanos constituyen alrededor del 30 por ciento. Por su parte, —los estadounidenses representan alrededor del cuatro por ciento de la población nacida en el extranjero de Canadá y alrededor del 70 por ciento de la de México. En particular, los flujos migratorios por parte de México hacia Estados Unidos han impactado en la política de éste último. Por caso, en las elecciones presidenciales de 2012, los votantes de ascendencia mexicana representaron el 6.5% del electorado general. Cifra significativa por su tendencia creciente para modificar el mapa electoral en Estados de la Unión como Nevada y Colorado.

Asimismo, Estados Unidos tiene 2.3 millones de hispanos que son propietarios de negocios, y 1.2 millones de veteranos de las Fuerzas Armadas. Los de ascendencia mexicana representan una tercera parte en el primer caso y la mitad en el segundo.¹⁵⁰

El TLCAN ha sido un acuerdo trilateral cuyo eje central gira entorno a la eliminación gradual de los aranceles, que permitió la liberalización de mercancías y capital, la protección de la propiedad intelectual (patentes, marcas comerciales, secretos comerciales, derechos de autor, etc.), así como también ofreció salvaguardias en el mercado de la fuerza de trabajo¹⁵¹ y en medidas ambientales, pero dejó fuera temas como la movilidad laboral y el petróleo.¹⁵² Pese a los negativos, no debe olvidarse que el TLCAN fue fundamental para que México superara las crisis de mediados de los años noventa del siglo pasado.

El asunto ahora establece que la productividad y competitividad tienen relevancia para propiciar la cooperación en temas como la innovación tecnológica, educación y formación

¹⁵⁰ *Cfr.* —Better Business: How Hispanic Entrepreneurs Are Beating Expectations and Bolstering the U.S. Economy. El estudio fue financiado por la Asociación para una nueva economía americana (Partnership for a New American Economy) en conjunto con Latino Donors Collaborative. Consultar en <http://www.altonivel.com.mx/42139-mexicanos-lideran-a-emprendedores-en-estados-unidos.html>. Revisar también el informe de la Oficina del Censo del Gobierno estadounidense

¹⁵¹ En particular para los proveedores de servicios.

¹⁵² *Cfr.* Hills.

de capital humano, a lo que se suma la inversión en infraestructura, particularmente en México, que permita no sólo la acumulación de capital sino que sirva de medio para modernizar el comercio regional y que sea parte de la estrategia de desarrollo de nuestro país, ante un mundo que reorienta los regionalismos en función de indicadores que ya no son sólo de índole geográfica. Aunque eclipsados por la variable que establece el imperativo de la seguridad nacional, como consecuencia de la orientación que en la materia ha establecido Estados Unidos tras los atentados del 9/11, en New York y Washington.

De lo anterior han resultado algunas fórmulas para dar cuenta de un seguimiento de la integración de Norteamérica, por caso, a través de las llamadas —fronteras inteligentes, que, como se ha hecho saber por portavoces de los tres países de la región, pretenden —asegurar la infraestructura y el tránsito de personas y bienes legítimos‖ [Vega, 2014]. De esa tarea ha dado cuenta la denominada Cumbre de Líderes de América del Norte, que establece en su diferentes versiones la tendencia para ajustar el sino de la integración regional más allá de las opciones proporcionadas por el TLCAN en sus 22 capítulos, específicamente en algunas de las materias —pendientes‖ (medio ambiente y derechos laborales) o aquellas de no menor complejidad como son la seguridad y la migración, ya revisadas en las mesas de análisis presentadas ayer y hoy por la mañana en el marco de este foro organizado por la Universidad Autónoma Metropolitana.

Al tema de seguridad se suman hoy los nuevos desafíos desinstitucionalizados y desnacionalizados del siglo XXI, y el desgaste de la maquinaria industrial y financiera estadounidense. Ante esta encrucijada, el neoconservadurismo político en los Estados Unidos pareciera una reacción natural e, incluso, inevitable; y, bajo esa tendencia, resulta imperativo analizar y conocer las opiniones y posturas de los articuladores intelectuales del

conservadurismo contemporáneo de este país a manera de identificar sus directrices ideológicas, además de reconocer las formas en cómo éstas recuperan y acondicionan pragmáticamente un discurso fundamentalista, democrático y seudototalitario

Conclusiones

Desde luego, varias dudas habrán surgido hasta ahora, algunas con respuestas mejor desarrolladas; si bien, considero que sigue siendo pertinente cuestionar cuáles deben ser los objetivos que desde México se establecerán para dar cuenta de sus relaciones con sus socios norteamericanos, en los que la apertura de los mercados vaya más allá de sus fronteras comerciales. Quizá como guía queden algunos de los apuntes del hoy ausente Robert A. Pastor, de los cuales podríamos resaltar el imperativo de establecer estructuras que garanticen la seguridad mutua, promuevan el libre comercio y acerquen más a México a las economías de sus vecinos del norte, que permitan e impulsen una auténtica cooperación trilateral que se sustente en reglas y reciprocidad, que realmente permitan reducir la brecha económica que México tiene con sus socios, pues —el subdesarrollo mexicano es un antagonismo para la propia estabilidad del país y un problema para sus vecinos—. De hecho, hay dos lecciones básicas: primero, —el crecimiento de un país beneficia a los otros, y —segundo— limitar la volatilidad de los más pobres ayuda a todos [Pastor, 2004 y 2011]. Este argumento lo comparten diversos especialistas, que en el caso de Estados Unidos encuentran eco en la pluma de Hills, para quien la competitividad de Estados Unidos se vería fortalecida al llevar a cabo acciones regionales; por ejemplo, al incluir a Canadá y México en sus negociaciones transatlánticas con los países que conforman la Unión Europea, Estados Unidos sumaría 150 millones de consumidores y 3 billones en el PIB. Para ello vale considerar las ventajas que para la armonización normativa tendría el que

nuestro país haya firmado un acuerdo con la Unión Europea en el año 2000 y que Canadá hiciera lo propio en octubre de 2013.

Finalmente, la constitución de una –Comisión Norteamericana¹⁵³, la formación de un –grupo parlamentario norteamericano, la institucionalización de un –tribunal permanente de comercio e inversión, son propuestas que –a manera de herencia de Pastor– siguen ofreciendo alternativas para superar las tensiones entre seguridad y comercio que hoy dificultan la integración de América del Norte en el siglo XXI. En definitiva, el proyecto mexicano debe mirar las ventajas de su ubicación geopolítica y geoeconómica por su vecindad con los Estados Unidos para dar cuenta de escenarios posibles y no ilusorios. En conclusión, los Estados Unidos y Canadá deben formar una parte central de nuestra estrategia internacional, pero ésta no puede construirse sólo sobre ellos.

¹⁵³ Con un plan integral para el transporte y la infraestructura, que discuta y ofrezca opciones en materia migración o que fomente el establecimiento de Centros de Estudios Norteamericanos trilaterales.

Bibliografía

- Gallegos Olvera, Jesús, “*Diálogo sobre una crisis: a propósito de los 12 años del TLCAN*”, en *Revista Norteamérica*, UNAM/CISAN, Número 3, enero-junio, México, 2007.
- González Guadalupe, et al., *México las Américas y el Mundo. Política Exterior: Opinión Pública y Líderes*, CIDE, México, 2013.
- Hills, Carla A., “*NAFTA's Economic Upsides. The View From the United States*”, en *Foreign Affairs Review*, Estados Unidos, enero-febrero 2014, disponible en <http://www.foreignaffairs.com/articles/140348/carla-a-hills/naftas-economic-upside>
- Partnership for a New American Economy (PNAE), “*Better Business: How Hispanic Entrepreneurs Are Beating Expectations and Bolstering the U.S. Economy*”, Latino Donors Collaborative, disponible en <http://www.altonivel.com.mx/42139-mexicanos-lideran-a-emprendedores-en-estados-unidos.html>
- Pastor, Robert A., “*La segunda década de América del Norte*” en *Foreign Affairs*, Volumen 83, número 1, enero-febrero, 2004.
- Pastor, Robert A., *The North American Idea: A Vision of a Continental Future*, Oxford University Press, Estados Unidos, 2011.
- Sarukhán, Arturo, —Relanzar la relación con Estados Unidos: Una ruta crítica, en *Nexos*, México, marzo 2007, no. 351.
- Vega Cánovas, Gustavo, “*El tratado de Libre Comercio de América del Norte. Génesis, auge, crisis y retos a futuro*” en Arturo Oropeza García (coord.), *América del Norte en el Siglo XXI*, UNAM/IIJ, México, 2010.
- Vega Cánovas, Gustavo, —A veinte años del TLCAN, en *Foreign Affairs Latinoamérica*, México, vol. 14, no. 2, marzo-abril 2014.
- WWICS. *The United States and Mexico: Towards a Strategic Partnership. A report of four working groups on U.S.- Mexico relations*, WWCS-Mexico Institute, Washington, January, 2009.

Un análisis del crecimiento del comercio exterior en México, mediante el tratado de libre comercio con América del norte (TLCAN) beneficio en hidalgo

García González Cleotilde

Vite Gómez Edgar Esaúl

Comercio Exterior-ICEA/Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen

Hablar del ingreso de México al TLCAN es hacer historia, desde su ingreso en 1986 al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y de Comercio (GATT). Y analizar el breve crecimiento económico en sus primeros años de aplicación. Cuando el país cimentaba su economía en la venta del petróleo crudo, hoy el TLCAN ha incrementado el comercio internacional, pero no su economía.

Sin embargo después de 20 años en vigor del TLCAN, el análisis es: el objetivo se ha cumplido y cuanto ha sido el crecimiento, exportaciones y beneficio que el país y los estados han obtenido, específicamente en Hidalgo.

Palabras clave: TLCAN, Comercio Exterior, Hidalgo

Introducción

Por sus siglas en inglés: North American Free Trade Agreement o Tratado de Libre Comercio de América del Norte conocido también como TLCAN.

Se trata de un tratado comercial suscrito entre las tres naciones que conforma América del Norte: Canadá, Estados Unidos y México con el fin de formar un bloque económico y establecer una zona de libre comercio. El TLCAN está conformado por un preámbulo con más de 290 artículos y 22 capítulos agrupados en 8 secciones: la primera parte se dan las definiciones generales del acuerdo, en la segunda trata sobre el comercio de bienes automotrices, textiles, energéticos, agrícolas, petroquímicos, así como de los procedimientos aduaneros, la tercera, cuarta y quinta partes acuerdan sobre las última se sientan los instrumentos para la resolución de controversias [1].

Contemplada en su artículo 101 en base al artículo 24 del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio entre las tres naciones. El TLCAN buscaba la eliminación de obstáculos aduanales y fronterizos (artículo 102) para poder comercializar libremente en la zona del acuerdo, promovían la competencia, la protección de los derechos intelectuales en cada país así como crear los mecanismos que permitieran la aplicación del tratado en su respectivo país.

Según el TLCAN los tres países tendrían acceso a sus mercados, estimulando así su desarrollo económico, fomentando su inversión, eliminando los impuestos arancelarios sobre los bienes producidos sobre esas tres naciones y su preferencia impositiva por sobre bienes provenientes de otros países no suscritos al acuerdo.

El primer paso del TLCAN fue implementar una política de reducción de trámites administrativos, exigidos a productores, importadores y exportadores, con la idea de facilitar sus actividades. En cuanto al tema arancelario, el TLCAN preveía una modificación paulatina a las leyes de cada país hasta igualarlas y lograr la desgravación arancelaria, clasificando los bienes y servicios en diferentes categorías para ser incluidas poco a poco en el beneficio de la eliminación de su arancel correspondiente, el plan era llegar a la tasa cero en diez años y en quince años en productos especiales como el jugo de naranja norteamericano y maíz mexicano.

Las actividades más importantes dentro de esta apertura eran las importaciones y exportaciones que son la esencia del comercio exterior. y estas se define como la operación mediante la cual se somete a una mercancía nacional o extranjera a la regulación y fiscalización tributaria, para poderla después libremente destinar a una función económica de uso, producción o consumo y permanecer en el país o en el extranjero por un tiempo determinado.

El interés de México de establecer una apertura comercial surge a principios de la década de los ochenta, donde la economía del país estaba basada en las exportaciones del petróleo, pero debido a un considerable descenso en el precio internacional del mismo, surge una crisis económica tambaleando fuertemente la economía de México. En 1990, México muestra interés en integrarse al bloque comercial formado por Estados Unidos y Canadá y después de intensas negociaciones los representantes de los países hacen constar su consentimiento en la firma del tratado, entrando en vigor en 1994.

Para analizar los objetivos del TLCAN es necesario conocer cada uno para así tener un panorama más amplio y poder determinar si estos, después de 20 años se han cumplido de acuerdo a lo establecido en el tratado, pero sobre todo conocer los beneficios económicos que a traído a nuestro país y a nuestro estado, siendo esto el propósito del presente trabajo [2].

Los objetivos establecidos en el artículo 102 del tratado tratan sobre:

- La eliminación de obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios entre los territorios de los estados parte.
- Promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio.
- Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en sus respectivos territorios.
- Proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva, los derechos de propiedad intelectual el territorio de cada uno de los países.
- Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias.
- Establecer lineamientos para la ulterior cooperación trilateral, regional y multilateral encaminada a ampliar y mejorar los beneficios de este tratado.

Las partes interpretaran y aplicaran las disposiciones de este tratado a la luz de los objetivos establecidos en el párrafo 1 y de conformidad con las normas aplicables del derecho internacional [3].

Metodología

Para la realización de este trabajo se utilizó un método documental basado en bibliografía especializada, sitios especializados en Internet, Secretaria de Comercio, INEGI, PROMEXICO, HCP.

La investigación fue desarrollada en base al orden siguiente:

Recopilación de la información referente a teorías, documentos, artículos, bibliografía, entre otros.

- Desarrollo.
- Resultados.
- Elaboración de conclusiones.
- Elaboración de artículos derivados del mismo.

El ingreso de México al TLCAN ha sido un logro definitivamente determinante para el desarrollo del comercio y crecimiento económico, aun cuando los resultados hasta ahora no han sido los previstos lo cual conoceremos a continuación, se expondrán, datos y estadísticas proporcionadas por organismos gubernamentales y el lector tendrá su propio juicio.

El proceso de apertura de México.

“Apertura comercial “Es el movimiento económico iniciado en la década de los setenta, cuando se da en todo el planeta las grandes transformaciones económicas, políticas y sociales que transformaron y marcaron el principio de los nuevos patrones de intercambio comercial; lo que trajo consigo formas de producción, distribución, intercambio y consumo como consecuencia una nueva división internacional de trabajo.

En México se da el inicio con el ingreso al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), en 1986 asumiendo compromisos frente a la comunidad internacional para homogeneizar, los aranceles y otras medidas no arancelarias.

Durante la apertura se comenzó a asignar más recurso hacia los sectores de bienes exportables y menos a los importables; se trataba de la sustitución de importaciones. En México, argumentos como los mencionados fueron utilizados durante las décadas de los cincuenta y sesenta para aumentar las tarifas arancelarias, extenderlas a un número cada vez mayor de bienes y por último sustituirlas por restricciones cuantitativas a la importación.

Así, a medida que surgían empresas nacionales o multinacionales extranjeras dispuestas a producir los bienes importados, se cerraban las fronteras para impedir la importación de dichos bienes. Los bienes de capital o los intermedios que no se producían internamente podían ser adquiridos en el exterior.

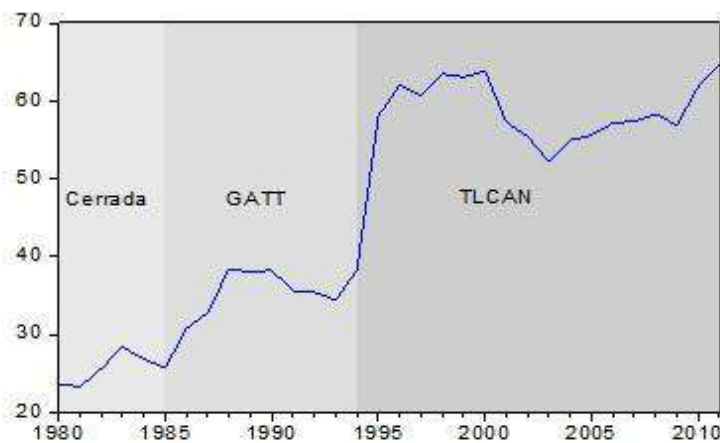
En estas condiciones, a principios de los años setenta todos los bienes importables estaban sujetos a alguna barrera arancelaria o no arancelaria y la mayor parte estaba sujeta a controles cuantitativos como se muestra en la Figura 1.



Figura 1. Índice de Apertura Comercial

(Fuente: Revista Comercio Exterior 2013, Vol. 63, Núm. 4, Julio y Agosto)

En 1986 se afianza más a la apertura comercial, con la adhesión de México al GATT con lo que se complementó con la fijación de un arancel máximo de 20% (menor al requerido por el GATT) en casi todos los sectores. El grado de apertura comercial se duplica en un periodo relativamente corto de entre dos y tres años. Así, tras la entrada en vigor del TLCAN, la economía mexicana se ha mantenido de forma sostenida en niveles de apertura superiores al 50% como se muestra en la Gráfica 1.



Grafica 1. Grado de apertura comercial 1980-2010

Fuente: Banco Mundial (2013), <http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/informes-periodicos/anual/>

Independencia económica del petróleo e inicio de la apertura comercial.

En México durante la época contemporánea, el petróleo ha sido el recurso más importante para el funcionamiento de industrias, vehículos automotores y demás utilidades que se le han dado sobre todo a partir del siglo XX. Por lo que la historia de nuestro país, en materia, está estrechamente ligada al petróleo y lo que ha ocurrido después de la expropiación petrolera de 1938.

Cuando el General Lázaro Cárdenas decretó la expropiación de la industria petrolera en nuestro país.

Durante el gobierno de Manuel Ávila Camacho, sucesor de Cárdenas, la situación fue distinta, debido a diversas circunstancias que orillaron a que se beneficiara al sector petrolero mexicano. Las empresas petroleras estadounidenses afectadas por la expropiación, exigían al gobierno de su país que los indemnizara con una cantidad que represento una suma excesiva para el gobierno. Por acontecimientos mundiales, EU tuvo que aceptar que el petróleo del territorio mexicano era exclusivo del país. [4].

Desarrollo comercial y económico; después del petróleo y antes del TLCAN

Para finales de 1988, siendo presidente de México Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), se adopto el modelo neoliberal, que consistió en la desincorporación de empresas de empresas y organismos públicos, para el saneamiento de las finanzas públicas, esto quiere decir, que las empresas propiedad del estado fueron privatizadas para reducir gastos realizados por el gobierno.

El presidente sabia que el crecimiento obtenido por el gobierno anterior era nulo, por lo que planteo una apertura comercial, enfocada a una mayor eficiencia en la producción

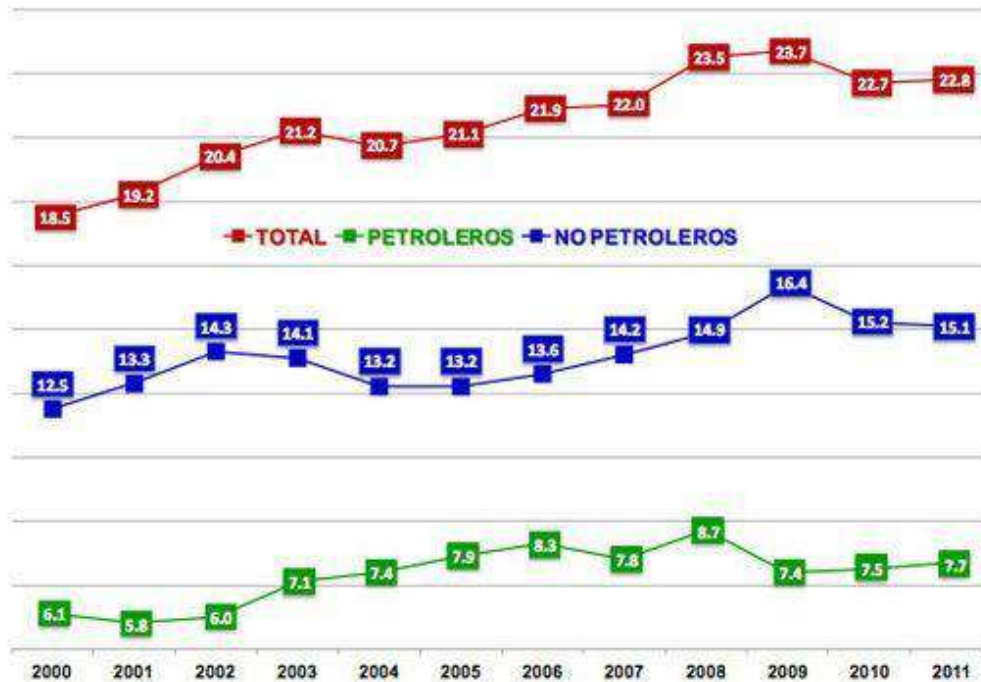
interna, mediante el desarrollo de los sectores económicos, a pesar de ello los resultados en la balanza comercial no fueron positivos, ya que a partir de 1989 se obtuvo un déficit en la balanza comercial, es decir las importaciones superaron a las exportaciones.

Para 1990, la balanza comercial indicaba un déficit por 3,025 mdd., y este se incremento hasta llegar, en 1994 a 18, 464 mdd.

La economía y el comercio internacional antes de los años 80's no era un tema que preocupara al gobierno, y empresarios nacionales ya que la economía estaba basada en la venta internacional del petróleo crudo: que mantenía a México estable en el ámbito económico, representando casi tres cuartos del total de las exportaciones del país, pero no fue sino hasta 1982 cuando este producto tuvo un declive en sus precios a nivel mundial, que propicio que el país buscara diversificarse comercialmente hablando y buscara tener en su comercio exterior un equilibrio entre el petróleo y el resto de productos para su venta al extranjero.

En la gráfica 2, se aprecia el comportamiento que la venta del petróleo tuvo:

Ingresos Presupuestarios del Sector Público 2000-2011 porcentaje del PIB



Gráfica 2. Ingresos Presupuestarios del Sector Público 2000-2011.

Fuente:

El gobierno de esos años como respuesta a esta dependencia y los problemas económicos resultado de la misma, impulso la apertura comercial y la descentralización de la producción, ahora enfocados también en productos manufacturados como soporte a la economía y el comercio internacional, permitiendo la penetración de inversión extranjera, es decir, abrir la economía a la competencia internacional para, a través de la especialización, inducir economías de escala que hicieran posible la desaceleración de la inflación y la recuperación del crecimiento económico que posteriormente se mantendría alto y sostenido mediante la adhesión al Acuerdo General de Aranceles y Comercio y a la

firma de acuerdos de libre comercio con diversos países y regiones del mundo entre ellos el tratado de libre comercio de América del Norte.

Comercio Internacional e Impacto Económico, después del TLCAN

Lo más importante para México era la adhesión comercial con los países de América del norte, ya que esto significaba la apertura de sus exportaciones, especialmente manufactureras, con el mercado más grande del mundo, así como también un elemento básico para la atracción de inversiones y generación de empleos. Esto ayudó a que el nivel de exportaciones realizadas por México hacia los países miembros del TLCAN creciera rápidamente, principalmente hacia los Estados Unidos su mayor socio.

A partir de 1995, el nivel total de las exportaciones aumentó impresionantemente, alcanzando un total de 79,540.60 mdd, siendo su principal comprador Estados Unidos, con un 65,190.00 mdd. Para el año siguiente, las exportaciones siguieron en aumento alcanzando una cifra de 95,903.70 mdd, donde fue nuevamente Estados Unidos su mayor consumidor con 79,780.50 mdd. En el 2005 México alcanza los 214,233.00 mdd cifra nunca antes lograda. Su mayor incremento surge en el año 2011 con un total de 349,675.90 mdd.

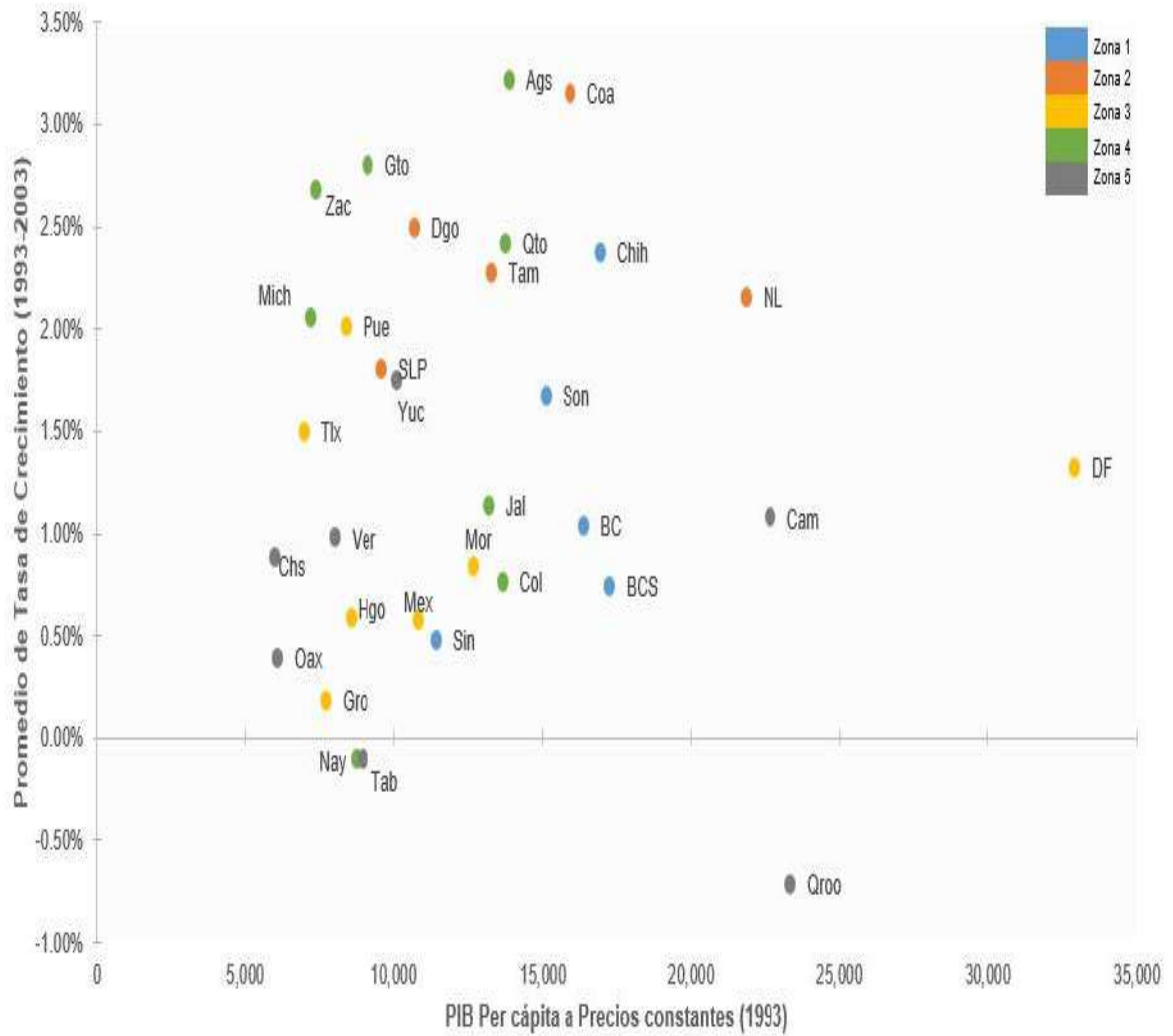
Sin embargo, así como el aumento de las exportaciones fue determinante, también lo fueron las importaciones, estas alcanzaron en 1995 los 72 453 mdd. Siendo su más alto crecimiento en el 2011, alcanzando los 350,842.50 mdd. Si bien es cierto, que el comercio hacia el exterior aumentó de manera impresionante, también lo hicieron las importaciones, incluso a un ritmo mayor que las exportaciones. Aunque en los últimos dos años 2010 y

2011, las exportaciones crecieron un poco más en comparación con las importaciones de 17.2% contra un 16.4%.

La apertura del comercio, dio paso a un mayor dinamismo en las exportaciones de México, sin embargo el hecho que las importaciones también hayan aumentado dejaron constantes déficits en la balanza comercial. Además, una gran parte de las exportaciones realizadas por nuestro país, eran de empresas de origen extranjero y no de empresas nacionales, esto quiere decir que las ganancias obtenidas por dichas ventas no se quedaban en el país. Lo anterior, demuestra que la mencionada apertura comercial, desafortunadamente no se dio en los sectores donde México pudiera ser más fuerte y competitivo, y no solo eso, sino que los productos nacionales no pudieron competir con los productos extranjeros, y estos se vieron desplazados fácilmente tanto en el mercado interno como en el mercado exterior.

La gráfica 3 y 4, muestran el crecimiento que se dio en las primeras dos décadas de de la entrada en vigor del TLCAN por entidad federativa, de 1993 a 2003 y 2004 a 2012 respectivamente.

Crecimiento primera década TLCAN

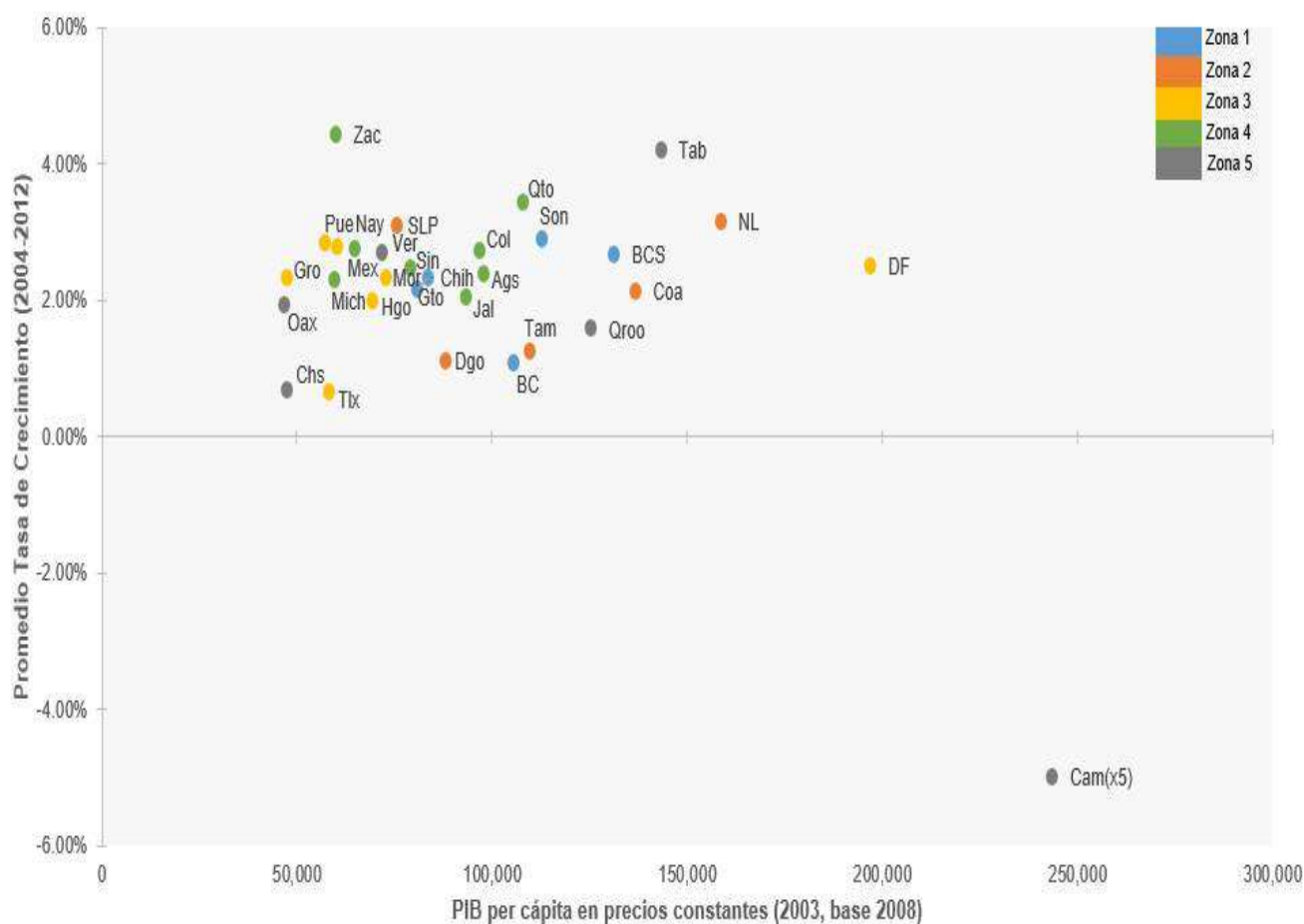


Fuente: INEGI, Datos de PIB estatal a precios de 1993. Elaboración propia.

Gráfica3. Crecimiento primera década TLCAN (1993-2003)

Fuente: INEGI, Datos de PIB estatal a precios de 1993.

Crecimiento segunda década de TLCAN



Fuente: INEGI, Datos de PIB estatal a precios constantes 2008. Elaboración propia.

Gráfica 4. Crecimiento segunda década TLCAN (2004-2012)

Fuente: INEGI, Datos de PIB estatal a precios constantes 2008.

Para la primera década del TLCAN se muestra en el eje horizontal el PIB per cápita en 1993 (base 1993) y en el eje vertical el crecimiento promedio por estado en todo el periodo. Lo que se observa es algo distinto, no existe tal relación negativa, si acaso en estados cuyo PIB en el 93 era mediano o alto registraron mayores tasas de crecimiento. En la gráfica 2, para la segunda década del TLCAN, se observan tasas de crecimiento similares,

independientemente del PIB per cápita del estado en 2003 (base 2008). Se regionalizaron los estados de acuerdo a las 5 áreas que hizo el Gobierno Federal para el combate a la delincuencia. Así tenemos que la región que mayor crecimiento tuvo durante la primera década del Tratado fue la Noreste con un crecimiento de 2.37% para el periodo, mientras que la que menos creció fue la región sureste con 0.60%.

Para la segunda década del TLCAN la zona Occidental fue la que más creció con una tasa promedio de 2.81% y la que menos creció fue la Sureste con 1.15% [6].

Las zonas establecidas por el Gobierno Federal son:

- Zona 1 (Noroeste): Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Sinaloa y Sonora.
- Zona 2 (Noreste): Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí y Tamaulipas.
- Zona 3 (Centro): Distrito Federal, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Morelos, Puebla y Tlaxcala.
- Zona 4 (Occidente): Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro y Zacatecas.
- Zona 5 (Sureste): Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.



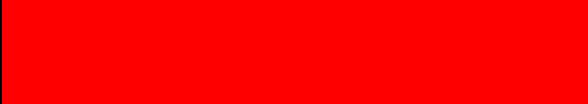
El color del semáforo por indicadores se identifica de la en la tabla 1. Representado por el rango por indicador Color del semáforo estatal

Los estados que se encuentran en el 25% más alto de cada indicador Verde

Los estados que se encuentran entre el 50% y el 75% de cada indicador Amarillo

Los estados que se encuentran entre los 50% más bajos de cada indicador Rojo

Tabla 1. Rango por Indicador Color del Semáforo Estatal.

Rango por indicador	Color del semáforo estatal
Los estados que se encuentran en el 25% más alto de cada indicador	
Los estados que se encuentran entre el 50% y el 75% de cada indicador	
Los estados que se encuentran entre los 50% más bajos de cada indicador	

Así van los estados: Semáforos Económicos Estatales 2014






Tabla 2. Crecimiento económico

Estado	Crecimiento económico*	Estado	Crecimiento económico*
Campeche	-14.4%	Querétaro	0.5%
Tlaxcala	-3.9%	Baja California	0.8%
Sinaloa	-2.1%	Tabasco	0.9%
Zacatecas	-1.8%	Nuevo León	1.0%
Durango	-1.4%	Colima	1.4%
Puebla	-1.3%	México	1.4%
Nayarit	-1.3%	Coahuila	1.8
Hidalgo	-1.2%	Yucatán	2.0%
Guerrero	-0.9%	Tamaulipas	2.1%
Michoacán	-0.8%	Aguascalientes	2.3%
Veracruz	-0.6%	Sonora	2.5%
San Luis Potosí	-0.3%	Jalisco	3.4%
Oaxaca	-0.6%	Guanajuato	4.1%
Morelos	-0.0%	Chihuahua	4.3%
Distrito Federal	0.3%	Quintana Roo	4.7%
Chiapas	0.4%	B.C.Sur	5.9%

*Comparación anual con series originales (4T-2013 vs. 4T-2012) estimada por México ¿cómo vamos? a partir de datos de ITAEE (Índice de Actividad Económica Estatal y PIB Estatal. Se marcan en rojo estados que crecieron por debajo la mediana nacional y en verde el 25% que más creció en el último año.

La tabla 3 muestra el crecimiento del ITAEE del 4º trimestre del 2013, con respecto al ITAEE del 3er trimestre del 2012. Semáforos Económicos Estatales 2014

Tabla 3. Fomento a las exportaciones. Hidalgo

Indicador	Contexto de dato	Último dato	Semáforo
Crecimiento Económico	Tasa anual de crecimiento	-1.2% (4T-2013)	
Productividad	Pesos producidos por hora trabajada	De \$512 a \$531.30 (4T-2013)	
Inversión extranjera directa	Inversión extranjera directa como porcentaje de la producción total	De -03% a 0.1% (4T 2013)	
Fomento a las exportaciones	Exportaciones totales como porcentaje del PIB Estatal	De 0.7 a 0.6% (2012)	
Deuda pública	Obligaciones financieras como porcentaje del PIB Estatal	De 1.4 a 1.6% (2013)	
Actualizado mayo de 2013			

¿QUIÉN EXPORTA MÁS?

Exportaciones de las industrias manufactureras en 2012



Son precisamente Chihuahua (13% del valor total de las ventas al exterior), Baja California (10%) y Coahuila (10%) las entidades federativas más exportadoras del país. Les siguen Campeche (9%) y Nuevo León (8%) y en conjunto concentraron 50 por ciento.

Valor promedio de las exportaciones de las entidades federativas en el periodo comprendido de 2007 a 2012

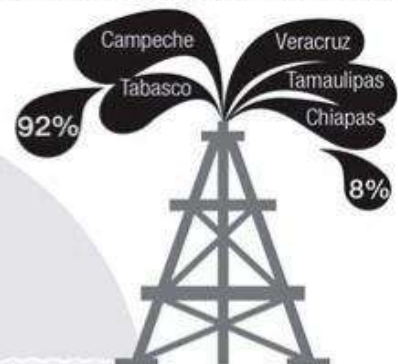


Las que menos venden al exterior

Aunque producen manufacturas, tienen una vocación más orientada hacia el turismo.



Actividad de extracción de petróleo



FUENTE: Inegi, "Estadísticas de Exportaciones por Entidad Federativa", con información de 2007 a 2012.

Resultados

Las empresas extranjeras que se instalaron en México, principalmente manufactureras y centros comerciales, no generaron las oportunidades de empleos esperados, a pesar de que entre los tres países del TLCAN., México era el que poseía ventaja competitiva mostrada en su mano de obra barata, oportunidad que aprovecharon las empresas extranjeras para instalarse en el país, y maximizar sus ganancias ya que su costo de producción era más baja [7].

El TLCAN no se puede determinar como un completo éxito o un rotundo fracaso ya que se pierde la perspectiva, y su objetividad pues hay áreas donde el éxito es evidente, áreas

donde el comercio entre naciones ha redituado en beneficio para los países en cuestión. No se puede dejar de mencionar que en este proceso ha habido áreas en la industria que han sufrido debido al TICAN. En las tablas anteriores se muestra el crecimiento que se dio en los estados y los % de crecimiento que ellos mostraron.

Específicamente, Hidalgo tuvo una caída del 0.9% en su crecimiento económico, su productividad aumentó en \$3.00 pesos por hora, para ubicarse en \$352.80 pesos, muy por debajo del promedio nacional de \$753.00 pesos, sólo exporta el 0.3% de su PIB, lo que no significó ningún cambio con respecto al año anterior (2012-2013) Tiene la sexta menor tasa de deuda pública como porcentaje del PIB, se ubica en 1.4%; en cuanto a inversión extranjera paso de 0.2% a 1% lo que significa que aunque poco hubo crecimiento, y esto reditúa en nuevos y mejores empleos.

Otras cuestiones que causan temor sobre el TLCAN son: que la asimetría favorecería a los más poderosos que México quedaría en posición más vulnerable y dependiente, que muchas empresas mexicanas desaparecería por importaciones intempestivas entre otras, por lo que se deberá actuar sobre ello.

Conclusiones

Diversificar las exportaciones en México y buscar mercados entre las nuevas economías emergentes no significa descuidar la relación con el principal socio comercial, ya que más del 84.5% dependen del mercado norteamericano [8].

Por lo que una estrategia será, fortalecer el intercambio comercial con los países con los que se tienen Tratados y Acuerdos firmados, y aprovechar los beneficios de la apertura, generando modelos de encadenamiento productivo para que las PYME mexicanas tengan

oportunidad de exportar sus productos e insertarse en cadenas norteamericanas de producción. Otro sector al que se le debe poner mayor atención es el comercio fronterizo, ya que en esta región los beneficios del tratado son más tangibles y la integración social y cultural es mayor comparada con el resto del país.

Para el futuro del TLCAN se debe plantear una **agenda social regional** que tenga como centro los derechos de los consumidores y las mejores prácticas comerciales. **Si las empresas tienen alcance global, los derechos deben de homologarse al mismo nivel.** Los procesos de acciones colectivas deben avanzar hacia allá, para dar una protección efectiva a los consumidores de la región. También se deben de fomentar esquemas trilaterales de mejores prácticas comerciales y sistemas de resolución de disputas homologados en la región tanto para empresas como para consumidores, así como dejar abierta la invitación a los gobiernos de las entidades de potenciar sus recursos y apoyar aun más a las PYMES.

Bibliografía

- [1]. http://www.sice.oas.org/Trade/nafta_s/Indice1.as
- [2]. *Tratado de Libre Comercio de América del Norte*, recuperado de: www.sice.oas.org/trade/nafta_s/CAP03_1.asp#P.II
- [3]. *Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, artículo 102*, recuperado de: http://www.sice.oas.org/trade/nafta_s/indice1.asp#Objetivos
- [4]. *Expropiación Petrolera La Historia* <http://www.imp.mx/petróleo/mexico/historia.htm>
- [5]. *Régimen Jurídico Del Comercio Exterior de México*, (México; Instituto de investigaciones jurídicas, 2002) Pág. 303.

- [6] <http://www.animalpolitico.com/blogueros-c-al-cubo/2013/12/20/tlcan-20-anos/#ixzz391eIdLHgo>
- [7]. The Boston Consulting Group (BCG)
- [8]. http://www.sice.oas.org/TPD/NAFTA_s.ASP
- [9]. Pacheco, P. (2010). Liberalización de la política comercial y crecimiento económico de México recuperado y consultado el 16 de junio de 2014 de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2010/amh.htm>
- [10]. <http://international.ucla.edu/economichistory/Summerhill/cardenas.pdf>
- [11]. México y sus tratados de Libre Comercio con otros países. Promexico. Recuperado y consultado el 29 de julio de 2014 de: <http://www.promexico.gob.mx/comercio/mexico-y-sus-tratados-de-libre-comercio-con-otros-paises.html>

El sector agropecuario mexicano frente al TLCAN: un balance de su contribución

Adrián González Romo

Profesor Investigador del Área de Comercio Exterior-Instituto de Ciencias Económico Administrativas-Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Patricia Hernández

Profesora Investigadora-Coordinadora del Área de Comercio Exterior-Instituto de Ciencias Económico Administrativas-Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Resumen

Han pasado 20 años de la implementación del Acuerdo de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con Estados Unidos y Canadá y hemos sido testigos de cambios que han beneficiado a productores que ya estaban en la dinámica exportadora, sin embargo existe un sector de productores minifundistas temporaleros que por sus condiciones no se han podido integrar a este propuesta exportadora y por el contrario han tenido que competir con un mercado de importaciones que merma su capacidad competitiva. Los cultivos que consideraron en el momento de las negociaciones que no estaban en posibilidad de competir tuvieron un periodo de gracia, sin embargo el tiempo terminó y se observa que siguen sin ser competitivos, de tal manera el mercado de estos productos básicos va a comenzar a desplazarlos, destruyendo la base económica de por si endeble, afectando el ingreso y el empleo en el medio rural. En el estudio realizado se hace un balance de la exportación de productos agropecuarios de acuerdo al volumen y valor de la producción, en

los principales estados de la república mexicana, utilizando estadísticas oficiales, además de integrar las posiciones de diferentes autores. De los principales resultados se puede afirmar que tenemos un crecimiento importante en la exportación de productos que ha beneficiado a un grupo de agricultores y ha tendido a incrementarse después del TLCAN, pero también es claro que no ha logrado impactar a la mayoría de ellos, sobre todo los productores minifundistas que poseen tierras de temporal.

Palabras clave: Exportaciones, TLCAN, crecimiento económico

Introducción

Realizar un balance del TLCAN después de 20 años de haber iniciado sus operaciones es tratar de analizar los aspectos positivos y negativos que se han suscitado a partir de la eliminación de aranceles y la sobreprotección de los estados nacionales ante la apertura comercial y la protección de productos de interés nacional.

La apertura comercial forma parte de una estrategia mucho más amplia en el modelo de desarrollo, es sólo uno de los engranajes que hacen que funcione adecuadamente el proyecto implementado, que se ha denominado como neoliberal. El TLCAN se convierte en un proyecto geopolítico estratégico, donde el modelo plantea que hay que dejarse llevar por las fuerzas del mercado, ya que la oferta y la demanda son los ejes que determinan quien se apropia del mercado, se depositan muchas esperanzas para mejorar la economía mexicana, con ilusión de crecimiento económico, con incremento de empleos, un desarrollo adecuado y un bienestar familiar, pero no deja de ser otra cosa que la ley del más fuerte, para poder competir en el mercado.

La pregunta es mucho más compleja y tiene que ver con ¿qué posibilidades y ventajas tenemos para penetrar el mercado norteamericano y canadiense?, o en tal caso ¿si tenemos claro con qué tipo de productos estamos compitiendo?,

De antemano podemos iniciar afirmando que la experiencia de estos 20 años nos ha permitido observar que es más factible que ellos inunden el mercado mexicano con productos generados con un valor agregado mayor, a que la agricultura mexicana transforme su compleja realidad.

Cada sector de la economía debe de verse en su justa dimensión, ya que cada uno muestra sus propias características. En este ensayo pretendo discutir la situación que ha prevalecido en el campo sobre todo en su relación con los cambios suscitados a partir de la apertura del TLCAN, buscando realizar un balance de lo que acontece con las regiones exportadoras en su relación con los agricultores temporaleros minifundistas que son casi dos terceras partes de los productores nacionales.

El sector agropecuario es muy heterogéneo en su composición y su estructura productiva, de ahí se puede partir para señalar que hay regiones y productores que se han beneficiado, pero otros que es la gran mayoría han sido perjudicadas, ocasionando migraciones, desempleo y abandono de tierras por la imposibilidad de estar en este mercado tan desigual para ellos.

Los grandes productores, ubicados principalmente en los campos agrícolas de Sinaloa, Sonora, Tamaulipas, Jalisco y Michoacán, se han beneficiado al quitar aranceles y poder incursionar en el mercado sin tantas limitantes que proporciona este tratado, sin embargo representan un porcentaje menor al 20% de los productores, mientras que los pequeños

productores minifundistas han permanecido al margen de este tratado, ya que sus condiciones no les ha permitido competir con las grandes tecnologías de producción de los agricultores norteamericanos y canadienses.

Ni las concesiones de ir abriendo el mercado gradualmente, ni los incentivos para los pequeños y medianos productores han servido para incorporarlos en la dinámica buscada. Gustavo Gordillo, actor importante en el sector agropecuario ha señalado que Procampo perdió su esencia, se pretendía dar estímulos a productores hasta de 20 has, con la finalidad de acompañarlos en la transición, sin embargo los intereses de grandes productores pudo más, que lograron que el apoyo se diera hasta 100 has, conformando un subsidio regresivo, aun cuando se trata de un mínimo productores, en comparación con las grandes mayorías de productores minifundistas, es claro que se llevan la mayor tajada de recursos, distorsionando el objetivo (Arroyo, 2013).

Es claro que para disminuir las grandes asimetrías económicas, tecnológicas, de factores de producción, políticas agrícolas y apoyos a los agricultores nacionales, frente a sus homólogos de Estados Unidos y Canadá, se requiere mucho más que programas como el Procampo, sobre todo aquellos que tengan como fin la capitalización del sector agropecuario a través de la reactivación los créditos blandos, estímulos a la mecanización de la agricultura, inversión en obras hidráulicas, entre otros.

El objetivo central de este trabajo consiste en hacer un balance de la situación que prevalece en el sector agropecuario, en lo que se refiere a las exportación de productos agrícolas ante la apertura comercial iniciada con el Tratado de Libre Comercio entre

Estados Unidos y Canadá (TLCAN) y de esta manera deducir la importancia que representa para el sector.

El trabajo de investigación planteado en este artículo es un análisis documental a manera de ensayo, basado en las estadísticas de las principales instituciones, tales como INEGI, Banco de Comercio Exterior y SAGARPA. Es un análisis descriptivo de los principales indicadores de producción, exportación, apoyado en estadística básica. La información que se utiliza es la que ofrecen las instituciones de carácter público, algunas son datos recientes y otros no tanto, como uno quisiera, pero es la más actualizada existente. Se presenta en forma de gráficos, porcentajes y cuadros que permitan visualizar de mejor manera los cambios existentes sobre el fenómeno en estudio.

Un balance del sector agropecuario

El territorio mexicano cuenta con una superficie de 196 millones de hectáreas, de las cuales 112 millones 742 mil ha. son superficies en unidades de producción, de ellas 28% son de labor, 16% corresponde a tierras agrícolas, 66.9% de agostadero o enmontada, 3.5% están cubiertas de bosques y selvas y 1.9% están consideradas como de otro uso (Inegi, 2007).

De los 31.2 millones de hectáreas de tierra de labor, 29.9 millones de hectáreas son de uso agrícola y 1.3 millones son de pastos naturales, agostadero o enmontadas. Del área dedicada a la producción de cultivos (uso agrícola), alrededor del 71% es de temporal y las restantes 29% de riego.

En las tierras sembradas de temporal no se muestran cambios importantes y significativos de acuerdo a sus niveles de productividad (medido en toneladas por hectárea), mientras que la productividad de las tierras de regadío ha aumentado considerablemente durante los

pasados 20 años, a tal punto que este tipo de productores aporta el 55% del total de la producción agrícola y el 70% de las exportaciones de este subsector (OECD, 2006).

La mayor parte de la superficie cultivada en tierras de temporal se destina a cultivos anuales, siendo cuatro los principales: maíz, sorgo, frijol y trigo; por las características que presentan de ser tierras que dependen del establecimiento de las lluvias y no cuentan con tecnología de riego. Durante la última década la participación de los cereales en el área total cultivada ha disminuido y se ha concentrado en maíz. Esto se explica porque la estructura de incentivos provista por la política agrícola mexicana ha favorecido principalmente al maíz respecto a otros cultivos (Rosenzweig, 2005). También ha disminuido la superficie destinada a leguminosas (incluyendo frijol) y oleaginosas. En cambio, se ha registrado un aumento en las plantaciones de cultivos forrajeros, frutas, hortalizas, cultivos industriales y medicinales (IBIDEM, 2006).

Hablar sobre el sector agropecuario nos lleva a explicar la manera de cómo coexiste una estructura productiva altamente polarizada, de productores de subsistencia que se encuentran en condiciones de pobreza y alta marginación, con un número reducido de productores comerciales con potenciales de exportación. Estos productores tienen unidades de producción, pequeñas, ubicadas mayormente en tierras de temporal, y concentran su producción en cultivos básicos. En cambio, los productores comerciales, que comprenden sólo el 15% del total, comercializan la mayor parte de su producción, utilizan mano de obra asalariada, están integrados con agroindustrias y supermercados y tienen mayor acceso a información, crédito y tecnología (FAO, 2006).

El análisis del índice de Gini, realizado por Robles (2013), muestra la desigualdad prevaleciente en el contexto latinoamericano, resaltando los grandes contrastes existentes en la distribución de la tierra, por países. El índice de distribución de la tenencia de la tierra en el continente americano es de 0.81 por ciento, el más alto en el mundo. En el continente los productores que tienen menos de diez hectáreas representan 70.78 por ciento y poseen 4.31 por ciento de la superficie, con un promedio de 2.65 hectáreas; los productores que tienen entre diez y menos de cien hectáreas representan 24.08 por ciento del total y ocupan el 13.53 por ciento con predios promedios de 24.43 hectáreas; los productores que están en un rango de cien a menos de mil hectáreas son el 4.4 por ciento y poseen el 29.20 de la superficie con predios promedios de 288.45 hectáreas, y los que tienen mil hectáreas o más representan el 0.73 por ciento y son dueños del 52.96 por ciento de la tierra, con predios promedios de tres mil 150 hectáreas.

En este contexto, México, Perú y Bolivia son los países menos desiguales en la distribución de la tierra. En el caso de México históricamente está justificado a partir del reparto agrario que se dio durante el cardenismo que permitió la conformación del ejido como una de las tres formas de tenencia de la tierra y desde 1994 se ha tratado de cambiar dichos esquemas que se consideran como una traba para los intereses empresariales capitalistas (sobre todo durante el periodo salinista que realizó modificaciones al artículo 27 Constitucional, permitiendo de esta manera quitar limitaciones como la posibilidad de venta, enajenación, etc. que consideran desestimula la inversión y con ello el progreso del campo. En México observamos que existen pocos productores en el extremo superior de extensiones de superficies como el señalado en el párrafo anterior, que muestra la situación de América Latina.

Esto se puede resaltar con el análisis siguiente, que permite ubicar a los productores mexicanos según tres grandes rangos de su actividad productiva; en productores de subsistencia, de exportación y los denominados transicionales (ver figura 1), según clasificación de SAGARPA (2001).

Productores de subsistencia. De los 3.8 millones de unidades de producción rural, 54% son menores de 5 hectáreas y 30% menor a 2 hectáreas (consideradas como de alto minifundismo). Estas superficies que poseen los productores de subsistencia se caracterizan por contar múltiples restricciones y son trabajadas con tecnologías de producción poco tecnificadas, donde la articulación con el mercado es mínima y el círculo de la pobreza no les permite tan fácilmente salir de esa condición. Las prácticas que se desarrollan no siempre son las más adecuadas, por ejemplo se considera que por lo menos en 12 estados se sigue practicando el sistema roza-tumba y quema, que no beneficia en nada el cuidado de los suelos por la erosión que provoca, aunado a la práctica del monocultivo, en terrenos de laderas pronunciadas. Bajo esta categoría se ubican 3,264,536 unidades de producción. La ubicación de estas tierras se encuentra fundamentalmente en el centro y sur del país, en estados como Puebla, Oaxaca, Guerrero, Hidalgo.

Agricultura de exportación. La generación de productos agrícolas de exportación está vinculada directamente con aquellas superficies que cuentan con el aprovechamiento de los sistemas de riego. En el territorio mexicano se tiene bajo esta modalidad 6.3 millones de hectáreas, lo que representa el 21% de la superficie de uso agrícola. De la superficie total de riego, 3.5 millones de hectáreas (54%) corresponden a 82 distritos de riego consideradas de gran irrigación ubicados principalmente en el noroeste del país, mientras que el restante

46% corresponden a 18,487 Unidades de Riego para el Desarrollo Rural (SAGARPA, 2001).

La agricultura de riego utiliza 78% del agua aprovechable del país. Dentro de los sistemas más utilizados es el riego por gravedad en un 90%, le sigue el riego presurizado. Dentro de este sistema de riego por gravedad predomina el riego con tuberías con compuertas en 57% de los casos, le sigue el riego de aspersión y microaspersión en 8% y sistemas de riego por goteo en 3% y 9% considerado como otro tipo. El 86.8% de las 630,313 unidades de producción utilizan agua blanca, 11.6% agua negra y el 1.1% utilizan agua negra no tratada (INEGI, 2007).

La utilización del agua para riego se considera que es desaprovechada, ya que el nivel de eficiencia considerada por la Comisión Nacional del Agua (CNA, 2001) y el Instituto Mexicano de la Tecnología del Agua (IMTA, 2002), es menor del 50%. Actividad agrícola que se encuentra ubicada en estados como Sinaloa, Sonora, Baja California norte, Tamaulipas y una gran parte del Bajío.

Agricultura de transición. Bajo esta modalidad se considera que existen alrededor de 267,063 unidades de producción, de las cuales 130,711 son propiedad privada y 136,352 son ejidos, en ellas se producen principalmente cultivos básicos, pero una parte se ha venido transformando a cultivos comerciales, como hortalizas. Se caracteriza por el aprovechamiento de pequeñas unidades de riego, que lo utilizan más como riego de auxilio o en ocasiones pequeñas unidades de irrigación (SAGARPA, 2001). Se encuentran ubicados en estados donde se considera que son regiones temporaleras, sin embargo algunos espacios han sido habilitados para la explotación como el caso de las

microrregiones o microcuentas regadas con agua rodada del Atoyac en Puebla y Tlaxcala, que desembocan en la Presa de Valsequillo (20 municipios de Puebla y Tlaxcala, de una población de 17 mil productores se considera riegan con el agua de la presa Manuel Ávila Camacho-Valsequillo que es catalogada como la más contaminada de México, en Puebla los principales municipios son Atlixco, Izúcar de Matamoros y Tehuacán, Tecamachalco, Libres, Oriental, Huamantla) o en caso de Hidalgo las superficies regadas en el Valle del Mezquital donde 60% de la población (420 mil habitantes) viven de la agricultura y han hecho de esta región el granero de Hidalgo mediante el aprovechamiento de las aguas residuales no tratadas, donde 27 mil 888 hectáreas y 48 mil 480 unidades de riego utilizan aguas negras en sus cultivos, provenientes del Valle del Mezquital a través del Río Tula (Cruz, 2011).

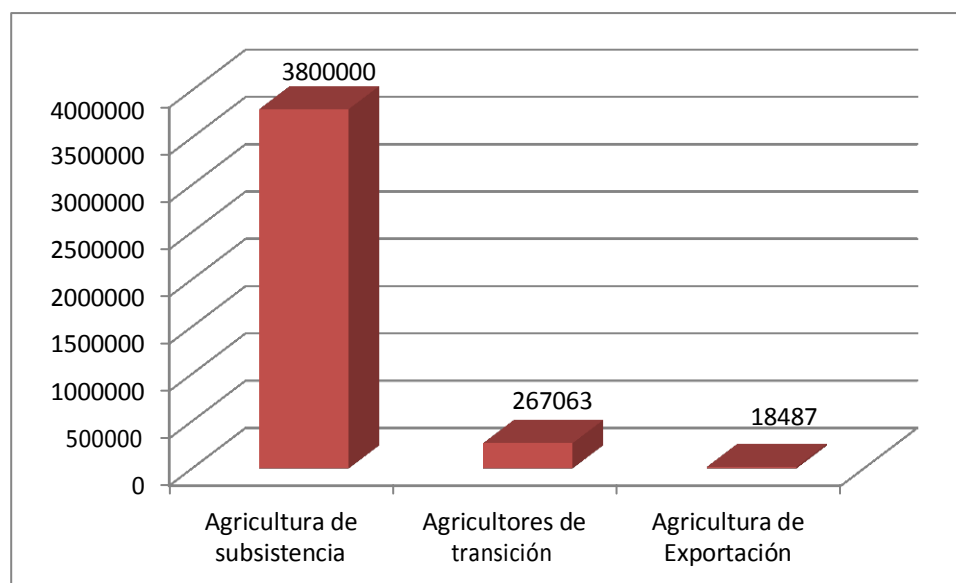


Figura 1. Unidades de producción agrícola según la tipología

Fuente: Elaboración propia en base a SAGARPA, 2001

El esquema de protección a los productos sensibles ante la apertura de mercados

Desde un inicio, en las negociaciones del TLCAN se mostró que había productos y productores que no estaban en posibilidades de enfrentar la competencia del libre mercado, se les consideró como productos sensibles a aquellos que se abrían a la importación, pero que estaban fundamentalmente destinados al autoconsumo, y al quitar la protección arancelaria o los liquidaría creando una crisis en el agro, que conduciría el desempleo y una mayor migración.

Las negociaciones giraron en torno al conocimiento de la problemática existente, y en base a ese cálculo de los riesgos que se corrían no hubo objeción y se acordó que los productos que estaban bajo esta circunstancia de niveles competitivos bajos se les daría un periodo de diez años antes de abrirse a la competencia del mercado. Con la iniciativa de los negociadores norteamericanos se señaló que al maíz y frijol de México se les diera 15 años de gracia, en cuotas graduales. La manera como se operaría era ir permitiendo el acceso gradual al mercado mexicano de productos importados con éstas características, el primer año en volúmenes pequeños y aranceles altos; las primeras irían creciendo y los segundos bajando hasta llegar a cero al año 15. Esto era una protección para los precios a los productores mexicanos, a tal grado que en un principio se asemejarían a los precios de garantía que se tuvieron antes.

Para el año 1996, el en su segundo año de gobierno, Ernesto Zedillo decidió abrir más la cuota y reducir más el arancel, donde prácticamente ya se habría abierto el mercado, afectando a los productores de maíz, sobre todo los orientados de alguna manera para el mercado, como el caso de las zonas de la Frailesca, de Chiapas; de la Ciénega, de Jalisco, entre otros.

Por otra parte, la idea central del Programa de Apoyos Directos al Campo (Procampo), no cumplió los objetivos planteados de acompañar a los pequeños productores en la transición de la apertura, ya que inicialmente sólo contemplaba el apoyo hasta 20 has., pero la presión de los grandes productores, logró se extendiera a productores que sembraran hasta 100 has., concentrando un porcentaje sumamente importantes de los beneficios del programa en el 7% de las unidades de producción del país, mientras que los por lo tanto se ha considerado que es subsidio regresivo (Arroyo, 2013).

La firma de la famosa carta de intención con el Fondo Monetario Internacional en el año 1982, comprometió al estado mexicano a desaparecer una serie de instituciones que fomentaban el desarrollo que se consideraban un apoyo a los productores de menores ingresos, instituciones como FERTIMEX, ANAGSA, BANRURAL, INMECAFÉ, dejaron de operar y se dejó al descubierto a los pequeños y medianos productores o transicionales, mientras que sólo los grandes productores tecnificados y con unidades de riego lograron mantenerse.

Las múltiples voces que se expresan del TLCAN muestran las divergencia de opiniones, desde la visión oficial Jaime Serra Puche, negociador del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) hace 20 años, que afirma que se logró el objetivo, de aumentar la capacidad de exportación de México y atraer capital del extranjero para complementar el ahorro nacional. Las cifras que indican el mayor éxito es que antes del TLCAN, México exportaba un poco más de 100 millones de dólares al día, y hoy exporta más de mil millones de dólares por día. Detrás de los mil millones de dólares diarios de exportación, hay 800 millones de dólares de manufacturas que se exportan diarios, lo que implica un tejido industrial muy importante. En segundo término subió más la Inversión

Extranjera Directa (IED) para complementar el ahorro nacional. En los cinco años previos al TLCAN, digamos de 1988 a 1993, en promedio se reciben alrededor de 2 mil millones de dólares de IED al año y desde que entró el TLCAN es de 20 mil mdd, objetivo también logrado (<http://www.excelsior.com.mx/global/2014/01/02/936296>).

Sin embargo poco nos dice respecto a la contribución del sector agropecuario, Calva (2004) señala la dificultad de la integración de los productores mexicanos al TLCAN al afirmar con algunos datos característicos de la realidad del campo, que durante el quinquenio 1997-2001, cosechamos 2.4 toneladas de maíz por hectárea, contra 8.4 toneladas en Estados Unidos y 7.3 toneladas en Canadá; obtuvimos 606 kilogramos por hectárea de frijol, contra 1,846 en Estados Unidos y 1,849 en Canadá; cosechamos 4.4 ton./ha. de arroz, contra 6.8 ton./ha. en Estados Unidos, etc., La brecha de productividad es más profunda: en México, el valor bruto del producto agropecuario por trabajador fue de 3,758.9 dólares en 2001; en Estados Unidos fue de 67,871.3 dólares y en Canadá de 54,081.6 dólares. La enorme brecha de productividad deriva, de las cuantiosas inversiones en investigación y en innovación tecnológica que datan de la Ley Morrill de 1862, además de las políticas internas de precios y subsidios (basada en Ley Agrícola de 1933) que al garantizar la rentabilidad de las granjas, ha favorecido su capitalización y tecnificación continua. Mientras Estados Unidos dispone de 1.6 tractores por trabajador agrícola y Canadá cuenta con 1.8 tractores por hombre ocupado, en México sólo hay 2 tractores por cada 100 trabajadores agrícolas.

Actualmente, la supremacía mundial de la agricultura estadounidense es una realidad consolidada. durante el quinquenio 1998-2002, los Estados Unidos produjeron el 41% del maíz cosechado en el planeta, pero sus ventas externas de maíz representaron el 67% de las

exportaciones mundiales de ese producto. Produjeron el 22% de la soya cosechada en el planeta, pero sus exportaciones representaron el 54% del comercio mundial de ese grano. Su cosecha de trigo representó el 10% de la producción mundial, pero sus exportaciones representaron el 26% de las exportaciones mundiales de ese cereal. Su producción de sorgo representó el 23% de la cosecha mundial, pero sus ventas al exterior representaron el 80% de las exportaciones de ese producto. Produjo el 19% del algodón cosechado en el planeta, pero vendió al exterior el 27% de las exportaciones mundiales de esa fibra (IBIDEM, 2004).

La situación actual de la exportación de productos agrícolas

Antes del TLCAN las exportaciones mexicanas totales mantenían un aumento considerable, entre 1991 e inicios de 1994 éstas se incrementaron 21%, de 42 600 a 51 800 millones de dólares, tendencia que se repitió en las exportaciones agroalimentarias, que aumentaron de 2 300 a 2 700 millones de dólares (un incremento de 17%). Los dos años posteriores a la apertura de fronteras fueron muy importantes, en especial 1995, año en el que se experimentó un sorprendente incremento de 50.6% en relación con lo registrado en 1994.

Los productos agropecuarios de importancia para México en materia de exportación son: hortalizas, con un valor en 2013 de 524 millones de dólares; frambuesa, 513 millones; bovinos, 493 millones; pepino/penillo, 436 millones; café, 401 millones; cebolla, 358 millones; sandía, 316 millones; fresas, 314 millones; camarón, 295 millones; espárragos, 294 millones; almendras, nueces y pistaches, 285 millones, y limones, 276 millones.

Respecto a las exportaciones agroalimentarias (ver figura 2), se tiene registrado que durante el año 2011, los principales ingresos provenían del tomate fresco (rojo), representando el

24.7% de los ingresos del valor de la producción (las ventas al exterior de jitomate, registradas principalmente fueron por Sinaloa (478 mdd), Baja California (265 mdd), y Sonora (85 mdd), representan más del 21% de las exportaciones agroalimentarias de la región), le siguió los ingresos provenientes de la cerveza de malta con 23.9% (Entidades con vocación agroindustrial como el D.F. (1,041 mdd) y Nuevo León (292 mdd) contribuyen con más del 84% de las exportaciones nacionales), el aguacate con 10.8% (Michoacán es la entidad que registra el mayor porcentaje de exportaciones nacionales de aguacate (81.3%) y el tequila con 9.6% (siendo el estado Jalisco el principal productor que de exportó el 92% de este producto).

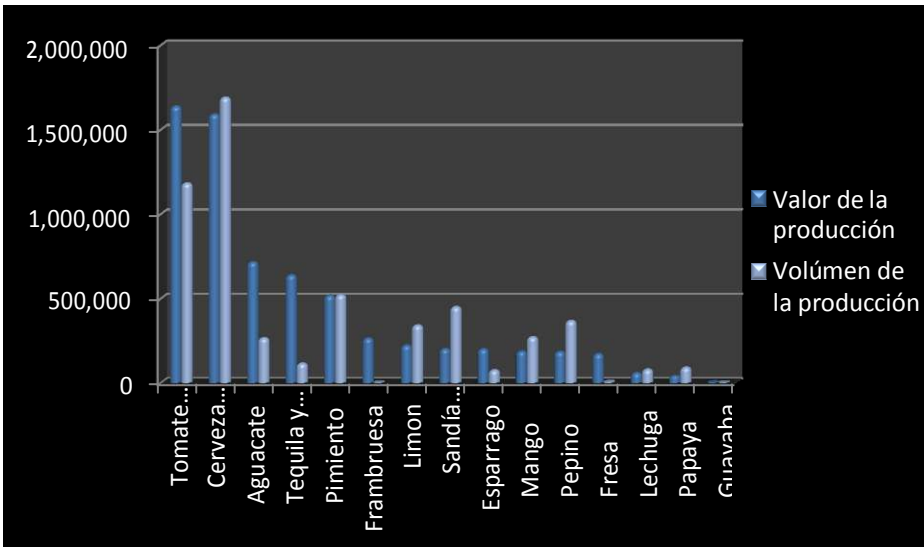


Figura 2. Valor y volumen de la producción de las principales exportaciones durante 2011 (el valor en miles de dólares y el volumen en toneladas)

Fuente: Elaboración propia con datos de SAGARPA-Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios, enero-septiembre 2011 en www.sagarpa.com.mx

A partir de 1994 se inicia un periodo de cierta inestabilidad en el que incluso se observan años de decrecimiento (1996, 1998, 2001, 2002), pero una vez superado este lapso, las

exportaciones recuperan un significativo ritmo de crecimiento entre 2003 y 2008, con un promedio de 9.5% anual; aunque en 2009 vuelve a presentarse una pequeña caída. Los dos años más recientes muestran un crecimiento notable, en especial 2011, año en el que las exportaciones agroalimentarias mexicanas registran su mayor crecimiento interanual desde 1995 (Medina, 2013)¹⁵⁴

Para el año 2013 los principales bienes agroindustriales que exportó nuestro país fueron: cerveza de malta, con un valor de dos mil 211 millones de dólares; tequila, 996 millones; productos de panadería, 754 millones; azúcar, 726 millones; chocolate, 598 millones; carne de bovino, 523 millones; extracto de malta, 397 millones; carne de porcino, 393 millones; preparaciones alimenticias, 335 millones, y frutas en conserva, 323 millones, entre otros. En el caso del tequila, este producto presentó un crecimiento anual del 16 por ciento entre 2012 y 2013, y el azúcar, incrementó su presencia en los mercados internacionales en 161.5 por ciento. Los cinco principales destinos de los productos mexicanos resultaron Estados Unidos, Japón, Canadá, Venezuela y Guatemala; estas naciones cubrieron en 2013 el 84.7 por ciento de las exportaciones agroalimentarias (SAGARPA, 2012).

Con datos de SAGARPA (2013) se afirmó que en el año 2012 fueron exportados productos agropecuarios con un valor de 11 mil 326 millones de dólares, un incremento en términos anuales del cuatro por ciento. En bienes agroindustriales, México comercializó 13 mil 082 millones de dólares, lo que representa un aumento del 10 por ciento en comparación con lo obtenido en 2012, que ascendió a 11 mil 890 millones de dólares.

¹⁵⁴ Según las cifras oficiales de INEGI, utilizadas por el autor

Entre los principales productos agropecuarios mexicanos que se comercializan en el mundo siguen siendo, el tomate rojo que creció 8.7 por ciento, para alcanzar ventas por mil 856 millones de dólares; aguacate, con un incremento de 24.5 por ciento y un valor de mil 228 millones de dólares, y el chile bell, con un aumento de 12.3 por ciento y una aportación a las exportaciones por 876 millones de dólares.

El comercio internacional de productos, de acuerdo a los principales estados exportadores agropecuarios según los datos proporcionadas por SAGARPA (2011), son encabezadas por el estado de Sinaloa con 1,089.067 millones de dólares (mdd), seguido por Sonora con 988 mdd, Baja California 850 mdd y Michoacán con 789 mdd. Sinaloa por si sólo exporta el 13.3% respecto al total nacional que fue de 8,244,485 (mdd). Esto nos señala que el 65% de las exportaciones de productos agropecuarios lo concentran 7 estados de la república, estando en primer lugar Sinaloa con un aporte del 13% del valor total nacional, seguido muy de cerca por Sonora con el 12%, Baja California con 9.6, Michoacán con 9.5, Tamaulipas con 7%, Jalisco con 6.9% y Veracruz con 5.8% (figura 3).

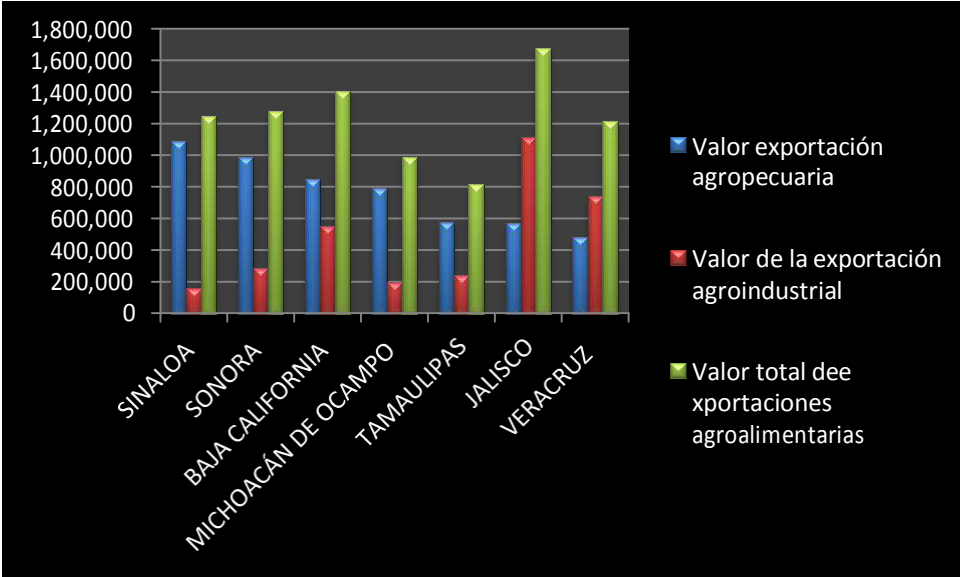


Figura 3. Valor de las exportaciones de acuerdo a los principales estados durante el año 2011 (en millones de dólares)

Fuente: Elaboración propia con datos de SAGARPA-Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios, enero-septiembre 2011 en www.sagarpa.com.mx

Las estimaciones de las exportaciones agroalimentarias en el estado de Hidalgo, en los tres primeros trimestres del 2011 nos muestran un indicador de la crítica situación que guarda este sector respecto a las exportaciones de los diferentes estados de la república. La contribución a las exportaciones de éste estado son alrededor del 0.081%, es decir una situación que muestra los bajos niveles productivos que permitan poder ganar mercado frente a competidores internacionales y de alguna manera es el reflejo de las condiciones de pobreza, marginación y migración de las comunidades rurales. Indicador que muestra la situación que prevalece en el campo hidalguense con un sector que poco contribuye al PIB nacional, un sector poco atendido y sin políticas de estado claras para reactivarlo (SAGARPA, 2013).

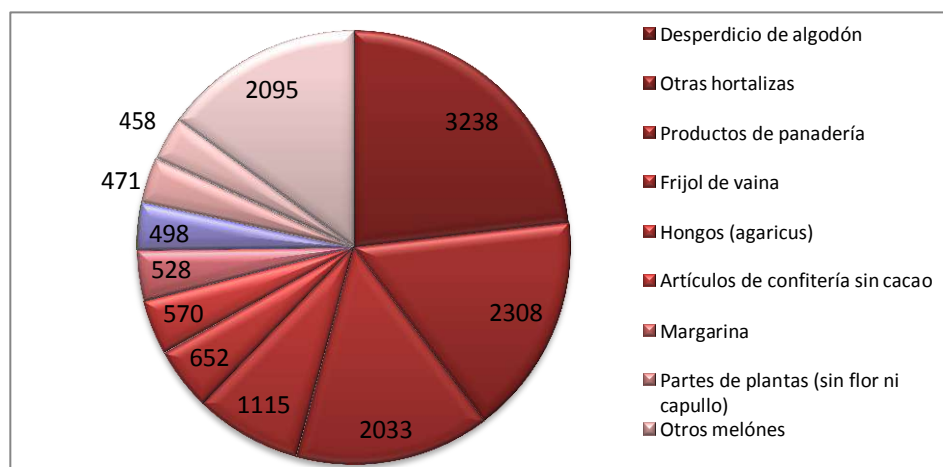


Figura 4. Valor de los principales productos exportados en el estado de Hidalgo durante el 2011 (miles de dólares)

Fuente: Estimaciones SFA, con base a cifras globales del Banco de México en www.Sagarpa.com.mx, 2013

Según la definición que maneja Sagarpa de los productos agropecuarios, las exportaciones en Hidalgo tienden más a estar dentro de los productos agroindustriales, que los que son producidos directamente por los campesinos. Sólo el frijol de vaina, los hongos y el café sin tostar aparecen como productos exportados (ver figura 4).

Hay otro tipo de productos donde el estado de Hidalgo comienza a incursionar en el mercado norteamericano como por ejemplo, en fechas recientes el 21 de septiembre del 2013 la Directora del Consejo Coordinador Empresarial señaló el envío del primer embarque de 20 toneladas de tuna hidalguense a los Ángeles California, a un precio de 95 pesos por caja de 15 kilos, con el compromiso de enviar un tráiler por semana, sin embargo por el exceso de agua de las lluvias este no fue posible. Existe el compromiso de la Organización Tijuana Produce de apoyar a productores organizados en el Valle del Mezquital en el Sistema Producto Tuna Nopal a mejorar el proceso de cortado para que el producto cumpla con la calidad requerida (Trejo, 2013).

Los hidalguenses también ha comenzado a tener presencia en el mercado norteamericano con el café, sin embargo aún se está exportando sin el valor agregado adecuado, ya que se está exportando principalmente café sin tostar, que denomina como pergamino y eso no permite obtener las ganancias que se podrían obtener con el café bajo presentaciones con otro valor agregado (como el tostado-molido o empaquetado) listo para su consumo, en las cafeterías o en los hogares o para su venta en las tiendas de autoservicio, que lleguen

directamente al consumidor (es un ejemplo de actividades específicas, que los programas deben incentivar para detonar el producto y este tipo de productores).

Conclusiones

Abrir las fronteras a la competencia con una agricultura tan fuerte y consolidada como la norteamericana y canadiense es un arma de doble filo, por un lado fortalece y capitaliza a los medianos y grandes productores del país, que son el 7% de las unidades de producción , pero tienen el 21% de la superficie agrícola de riego. También beneficia a los consumidores urbanos (aunque no fue tratado en este ensayo), que al no poder ser abastecidos por los productores nacionales, son cubiertos por las importaciones para cubrir la demanda existente. Lo que no quiere dimensionar son los problemas que ocasionaría a productores minifundistas temporaleros que forman tres cuartas partes de los productores nacionales, que están en desventaja para competir con este mercado, y por otro lado, no se dimensiona el riesgo que propiciaría en cuanto a la seguridad y soberanía alimentaria, al depender del mercado externo.

Veinte años no han bastado para comprender que no hay cambios en la agricultura que permita incorporar los productos en los mercados internacionales. El campo está olvidado, y es claro que dejar de incentivarlo es seguir permitiendo la expulsión de los jóvenes campesinos a las grandes ciudades, a la migración internacional o las manos de la delincuencia, ante la falta de empleo y las pocas oportunidades existentes en este sector. Ante esta situación es importante diseñar una política integral que reactive a la agricultura temporalera y los productores transicionales, que de seguridad a sus habitantes y que mejoren sus niveles productivos.

De la misma manera es importante pasar de un acuerdo comercial a uno que considere la movilidad de trabajadores, que les permita decidir en libertad donde ocuparse, situación que ayudaría a regular la crisis de este sector y serviría como un mecanismo de reactivación de este sector.

Un esquema que favorezca a la pequeña agricultura, ayudará a potencializar los empleos directos y los que se generan alrededor de la agricultura, permitiendo abastecer el mercado interno y para algunos sobre todo los agricultores transicionales a competir con el extranjero, se podrá de esta manera revalorizar a los productos regionales y transformar el nivel de vida de las familias en el campo. Replantear el sector agropecuario, es tratar de ubicar sus propios potenciales y la población que ahí está habitando, es pensar en los diferentes niveles de desarrollo que en el coexisten, por tanto diferentes estructuras de programas, que cumplan con el objetivo propuesto, unos de mejorar sus niveles productivos y otros que sirvan para seguir impulsando la búsqueda de los mercados internacionales.

En una política de desarrollo integral de México debe de estar inmiscuido las exportaciones en el Comercio Exterior, pero no como estrategia única, sino como parte de acciones diversificadas que permitan arribar a obtener cambios importantes en las condiciones de la vida de la sociedad en su conjunto, permitiendo de esta forma mejorar el ingreso de las empresas, la mejor generación de empleos y por tanto mejores remuneraciones de los trabajadores.

Existen estados que no están preparados para penetrar los mercados internacionales en la mayoría de productos del sector agropecuario, como es el caso del estado de Hidalgo, sin embargo existen subproductos que son generados por la industria, que mantienen un

adecuado de valor agregado y pueden ayudar a mejorar los niveles productivos del sector agropecuario, siempre y cuando se cambie la idea de que todos nacen para exportar.

Una condición importante ya señalada por Calva (2004) consiste, en la creación de fondos compensatorios como los implementados en la Unión Europea así como del libre flujo de mano de obra y ante las profundas asimetrías entre México como país subdesarrollado es necesario que Estados Unidos y Canadá reconozcan la condición de naciones en desarrollo y –admitiendo el principio de que es inequitativo el trato igual entre desiguales– concedan algunas preferencias comerciales y en políticas de fomento sectorial e inversión a nuestras naciones.

Bibliografía

- Arroyo Picard, Alberto (2013). Refreshando la memoria:¿Qué es el TLCAN y como se negoció? La Jornada del Campo Suplemento especial 16 de noviembre del 2013, n^a 74
- Calva, José Luis (2004). Ajuste estructural y TLCAN: efectos en la agricultura mexicana y reflexiones sobre el ALCA El Cotidiano, vol. 19, núm. 124, marzo-abril, 2004, pp. 14-22, Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, México.P. 14-22
- Cruz Sánchez, Armando (2011). *Se riegan con aguas negras 60% de las tierras en Hidalgo*. La Jornada 12 de marzo 2011
- FAO (2006). Evaluación Alianza para el Campo 2005, Informe General. México, 25 de septiembre de 2006 en <http://www.fao.org/contact-us/terms/es/> Consultado 17 agosto 2014
- INEGI (2007). VIII Censo Agropecuario. Así hicimos el Censo agrícola ganadero y forestal, documento en PDF en www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/.../default.aspx?

OECD (2006). Agricultural and Fisheries Policies in Mexico. Recent Achievements, Continuing the Reform Agenda en <http://www.oecd.org/newsroom/36511265.pdf>
Consultado 15 Agosto 2014

Medina Ramírez, Salvador y Juan Pablo Góngora Pérez (2013). Exportaciones agroalimentarias. Revista de Comercio Exterior (BANCOMEX), septiembre 2013

Periódico Excélsior en <http://www.excelsior.com.mx/global/2014/01/02/936296>.
Consultado 20 agosto 2014

Robles Berlanga, Héctor M. (2013). Luces y sombras: 20 años después de las reformas de 1992 al marco legal agrario. La Jornada del Campo, Suplemento Número 74, 16 de noviembre de 2013

SAGARPA (2001). Programa Sectorial de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, 2001-2006, en <http://www.sagarpa.gob.mx/ganaderia/Publicaciones/Paginas/ProgSecAGDRPA01-06.aspx> Consultado el 15 de Julio 2014

SAGARPA (2011). Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios, enero-septiembre 2011 en www.sagarpa.com.mx. Consultado 12 Julio 2014

SAGARPA (2013). Página oficial:

<http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/2012/Paginas/2014B150.aspx> (Consultado 11 de junio 2013).

Trejo, Laura Elizabeth (2013). Periódico El Independiente, 21/09/2013

Análisis de la industria automotriz mexicana a partir del tratado de libre comercio de américa del norte

Carolina Ruiz Pérez

María Fernanda Guevara Ortiz

Estudiantes Comercio Exterior-UAEH

Resumen

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) o en inglés North American Free Trade Agreement (NAFTA), es un acuerdo comercial celebrado entre los tres países de América del Norte, firmado en el año 1993 y que entró en vigor el 1° de enero de 1994, cuyos propósitos son, favorecer la apertura comercial de América del Norte eliminando barreras arancelarias y obstáculos al comercio y promover la competencia leal del libre comercio y la cooperación trilateral, regional y multilateral.

La industria automotriz es el mercado más importante del comercio internacional con Estados Unidos y Canadá por los beneficios que da a la economía mexicana, el apreciable aporte al producto interno bruto y la oportunidad que da el establecimiento de IED a miles de personas para que tengan empleos y una mejor calidad de vida.

A 20 años de la entrada en vigor del TLCAN, el aumento en los ingresos nacionales se ve reflejado en el crecimiento acelerado de sus exportaciones de este sector, ayudando a salir de las crisis de 1994 y 2009. Haciendo notar que México es una economía emergente y segura para aquellos nuevos inversionistas, contando con grandes privilegios como el costo

de mano de obra, la cercanía geográfica con la primera potencia mundial y los tratados con que contamos.

Palabras clave: Automotriz, Tratado, Crecimiento

Historia de la industria automotriz en México

La primera planta ensambladora en México se abrió en 1925 por parte de Ford. En los siguientes años, los demás productores estadounidenses así como productores domésticos y extranjeros comenzaron a ensamblar vehículos. Para 1960, 53% de la demanda doméstica de automóviles para pasajeros era suplida por importaciones y cerca del 80% del valor de las partes usadas en la producción nacional era importada. Las exportaciones llegaban a apenas \$200 mil dólares, con un déficit sectorial de más de \$119 millones, del cual cerca del 85% era con los Estados Unidos.¹⁵⁵

Decretos Automotrices

Estos hechos motivaron al gobierno mexicano a promulgar el Decreto Automotriz de 1962, el cual establecía un marco regulatorio destinado a fomentar la producción doméstica y a reducir el déficit comercial. Dado que otros países, incluyendo a Brasil y Argentina, tenían políticas proteccionistas, las reglas mexicanas demostraban ser mucho menos restrictivas, esto a causa de sus nexos con la industria automotriz estadounidense. El decreto regulaba un 60% de contenido doméstico, controles de precios y cuotas a la producción. Los inversionistas extranjeros no tenían restricciones a la producción de automóviles, pero tenían un límite de hasta 40% de la propiedad de las plantas productoras.

¹⁵⁵ Este texto se basa en —Explicando las exportaciones mexicanas de la industria automotriz. Un análisis de series de tiempo!, Tesis Maestría. Economía. De Fernández Domínguez, A. O. 2005. Departamento de Economía, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.

El país contó con una industria que consistía de solo 4 empresas de dueños mexicanos. Sin embargo, en 1964 se alcanzó la cantidad de 7 productores: General, Ford, American Motors, Fabricas Automex (con participación de Chrysler), Nissan, Volkswagen y DINA, una empresa propiedad del gobierno.

De esta manera, las relaciones intersectoriales entre los Estados Unidos y México se hacían más profundas. Para cumplir con el requisito del 60% de contenido doméstico, las subsidiarias estadounidenses guiadas por Ford conectaron a los productores de autopartes con capitalistas mexicanos para crear empresas de autopartes. Tremec y Spicer fueron los resultados de estos esfuerzos, proveyendo la mayor parte del mercado doméstico de transmisiones (y varios componentes además). Otras compañías estadounidenses como Eaton realizaron inversiones directas sustanciales en la industria de componentes.¹⁵⁶

La estrategia de liberalización del comercio de México elevó la participación de las exportaciones e importaciones en el producto interno bruto, alterando sus estructuras de la oferta y demanda agregadas. Estas transformaciones coinciden con una alta concentración de nuestro comercio exterior con Estados Unidos. A este floreciente mercado exterior, debe agregarse la propia dimensión del mercado interno integrado por las entidades de la frontera norte y de la región centro-norte del territorio nacional.¹⁵⁷

La industria automotriz es el rubro más importante en el comercio bilateral entre los Estados Unidos y México, por el elevado número de empleos que genera y el apreciable aporte al producto interno bruto. También es el rubro en que la integración entre las tres

¹⁵⁶ Este texto se basa en —Explicando las exportaciones mexicanas de la industria automotriz. Un análisis de series de tiempo, Tesis Maestría. Economía. De Fernández Domínguez, A. O. 2005. Departamento de Economía, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.

¹⁵⁷ Este texto se basa en México: concentración y localización del empleo manufacturero, 1980-1998, un documento del Dr. Alejandro Dávila Flores. Universidad de París.

economías aumenta con mayor rapidez. Dicha industria está pasando por importantes cambios de su estructura, y el TLC ha sido uno de los medios para utilizar nuevas formas de gestión en múltiples sectores. La industria automotriz de los Estados Unidos y Canadá ya estaba altamente integrada debido al acuerdo "Autopact," de 1965. Este acuerdo fue el inicio de una integración más profunda entre estos dos países vecinos en cooperación e integración intraempresarial. Véase Tabla 1.

Tabla 1. Decretos automotrices a los que pertenece México

Decreto	Objetivo
Decreto Automotriz de 1962	Contenido local de 60% y había un límite máximo de producción
Regulación de 1969 y Decreto Automotriz de 1972	Fomento a la exportación, modificación a los límites de producción fijados en 1962
Decreto Automotriz de 1977	Las exportaciones son requisito para producir en México
Decreto Automotriz de 1983	Límites de producción por productora
Decreto Automotriz de 1989	Contenido local de 36%; busca la apertura comercial
Decreto Automotriz de 1989	Contenido local de 36%; busca la apertura comercial

Elaboración propia del autor basado en Fernández Torres, J.E. (2005) La crisis financiera de 1994-1995 y el TLCAN a diez años.

¹⁵⁸En México, el desmantelamiento arancelario para todos los vehículos fue de gran envergadura, ya que antes del acuerdo sus aranceles eran mucho más altos (20%) que los de los Estados Unidos y Canadá, (2.5% para los autos, 8.5% para los camiones y 25% para los camiones livianos), lo que indicaría que estos países se beneficiaron más, aunque el programa de liberalización de aranceles fue más gradual para México (véase cuadro 2). El cual eliminó de inmediato las cuotas aplicadas a las importaciones de automóviles y camiones, lo que se consideró como uno de los mayores logros obtenidos a favor de los Estados Unidos.

Antes de la entrada en vigencia del TLC, México ya había tomado importantes medidas de liberalización mediante el Decreto de Automóviles de 1989. En ese entonces, se permitió la importación de automóviles para fabricantes instalados en ese país, siempre que se mantuviera un "balance comercial" -por cada dólar de valor importado se requería 2.5 dólares de valor exportado. En 1994, la proporción había bajado a 1.75 dólares por cada dólar importado. El Tratado contribuyó a que se continuaran haciendo rebajas y así hubo una reducción a 71 centavos de dólar por cada dólar importado en 1997, hasta llegar a 0 en 2004. En el mismo Decreto, también se cambiaron las reglas de valor agregado nacional y se redujo de 60% a 35%. Como consecuencia del Tratado, entre 1994-1998, el requisito del valor agregado mexicano bajó a 34% (véase cuadro 2).

Todos los requisitos contenidos en el Decreto de Automóviles de 1989 quedaron totalmente eliminados a partir de 1 de enero de 2004 (véase cuadro 2).

¹⁵⁸ Basado en Fernández Torres, J.E. (2005) La crisis financiera de 1994-1995 y el TLCAN a diez años Edición electrónica a texto completo en www.eumed.net/libros/2005/jeft/

¹⁵⁹En 2012, la industria automotriz terminal obtuvo un crecimiento en tres ámbitos de gran relevancia: mercado interno, exportaciones y producción. Durante este año el sector automotriz representó aproximadamente 4% del PIB nacional y 20% del PIB manufacturero mexicano.

La producción de vehículos ligeros creció 12.7%, pasando de 2.6 millones de unidades en 2011 a 2.9 millones para 2012 y alcanzando un nuevo nivel histórico para las armadoras en México.

En 2009, 8 de cada 100 vehículos ligeros se exportaba a Latinoamérica, mientras que en 2012, 15 de cada 100 vehículos exportados tuvieron como destino dicha región. De acuerdo con datos de la AMIA, durante 2012 México continuó exportando una gran cantidad de vehículos a Brasil, a pesar de las renegociaciones del ACE 55.

Como parte del Tratado, se llegó a un acuerdo donde el mercado mexicano abriría sus fronteras en un periodo de transición de 10 años. Así mismo los Estados Unidos y Canadá pactaron incrementar su producción dentro de México, pues al abrirse el mercado automotriz mexicano a los inversionistas estadounidenses y canadienses se esperaba la creación de ensambladoras y manufactureras eficientes que proveyeran al mercado del TLCAN.

Respecto a la eliminación de aranceles, los Estados Unidos y Canadá eliminaron inmediatamente los aranceles a vehículos para pasajeros producidos en México; redujeron sus aranceles sobre camiones ligeros a un 10% (antes eran de 25%), eliminándose por completo en un periodo de 5 años. Los demás aranceles (25% sobre camiones y otros

¹⁵⁹ texto basado en ProMexico, 2014.

vehículos) serían eliminados en un periodo de 10 años. México redujo sus aranceles (20%) a la mitad sobre vehículos para pasajeros provenientes tanto de Estados Unidos como de Canadá siendo totalmente reducidos en un periodo de 10 años.¹⁶⁰

Tabla 2. Calendario de desgravación arancelaria y aspectos del Decreto Automotriz

TLCAN													
CONCEPTO	DECRETO	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	
Valor Agregado Nacional													
1	Industria de Autopartes	30%	20%									0%	
2	Proveeduría Nacional												
3	Ensambladoras	36%	34%			33%	32%	31%	30%	29%			
Balanza Comercial													
4	Ensambladoras	100.0%	80.0%	77.2%	74.4%	71.6%	68.9%	66.1%	63.3%	60.5%	57.7%	55.0%	0%
Otros													
5	Impuestos sobre vehículos importados	20%	9.9%	8.8%	7.7%	6.6%	5.5%	4.4%	3.3%	2.2%	1.1%	0%	
6	Contenido Regional	'''	'''	50%		56%		62.5%					

Actualmente, la industria automotriz cuenta con 20 complejos de producción de automóviles y motores, el doble que en 1993, pero el reto para mantener la captación de inversiones y el atractivo para otras marcas está en desarrollar los diferentes niveles de proveeduría.¹⁶¹

¹⁶⁰ Texto basado en Fernández Domínguez, A. O. 2005. Explicando las exportaciones mexicanas de la industria automotriz. Un análisis de series de tiempo. Tesis Maestría. Economía. Departamento de Economía, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.

¹⁶¹ Basado en (Morales, R., & González, L. (2014), Evolución de la industria automotriz. El Economista. Obtenido de <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/03/14/industria-automotriz-enfila-hacia-carriles-alta-velocidad>

Tabla 3. Evolución de las plantas instaladas en México

Evolución de la Industria Automotriz

1993			2014		
Plantas instaladas en el país			Plantas instaladas en el país		
Estados	Planta	Fecha instalación	Estados	Planta	Fecha
Puebla, Pue.	Volkswagen	1954	Puebla, Pue.	Volkswagen	1954
Toluca, Méx.	Chrysler	1964	Toluca, Méx.	Chrysler	1964
Cuatitlán, Méx.	Ford	1964	Cuatitlán, Méx.	Ford	1964
Toluca, Méx.	G. Motors	1965	Toluca, Méx.	G. Motors	1965
Cuernavaca, Mor.	Nissan	1966	Cuernavaca, Mor.	Nissan	1966
Ramos Arizpe, Coah.	G. Motors	1981	Ramos Arizpe, Coah.	G. Motors	1981
Saltillo, Coah.	Chrysler	1981	Saltillo, Coah.	Chrysler	1981
Chihuahua, Chih.	Ford	1981	Chihuahua, Chih.	Ford	1981
Aguascalientes, Ags.	Nissan	1982	Aguascalientes, Ags.	Nissan	1982
Hermosillo, Son.	Ford	1984	Hermosillo, Son.	Ford	1984
			Silao, Gto.	G. Motors	1995
			El Salto, Jal.	Honda	1995
			Tijuana, BC	Toyota	2004
			San Luis Potosí, SLP	G. Motors	2008
			Chihuahua, Chih.	Ford	2009
			Saltillo, Coah.	Chrysler	2013
			Silao, Gto.	Volkswagen	2013
			Aguascalientes, Ags.	Nissan	2013
			Celaya, Gto	Honda	2014
			Salamanca	Mazda	2014

Elaboración propia del autor basado en Morales, R., & González, L. (2014), Evolución de la industria automotriz. El Economista. Obtenido de <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/03/14/industria-automotriz-enfila-hacia-carriles-alta-velocidad>

Principales indicadores claves globales 2012

- Valor de la producción global de vehículos ligeros \$1,221,834 Millones de dólares.
- Unidades producidas ligeros 80.0 millones de vehículos.
- Empresas líderes de acuerdo a sus ventas a nivel internacional: Toyota, General Motors, VolksWagen.
- (Marketline, 2012, ProMéxico 2012, Fortune Global, 2012, citado en Pulido, 2013)

Principales indicadores de la industria en México 2012¹⁶²

- 8vo. Productor a nivel mundial de vehículos 3.02 millones de vehículos.
- 8vo. Productor a nivel mundial de vehículos ligeros 2.88 millones de vehículos.
- 4to. Exportador de vehículos ligeros. 2.35 millones de vehículos.
- 62,196 empleos generados.
- 21% Participación de la industria automotriz en la IED.
- 4% Participación de la industria automotriz como % del PIB 2011.
- 20% Participación de la industria automotriz como % del PIB manufacturero 2011.
- 27% Participación de la industria automotriz en las exportaciones totales.

Objetivo

Demostrar la evolución del sector automotriz mediante el análisis de sus indicadores para dar a conocer las ventajas y desventajas del TLCAN al sector.

¹⁶² Basado en (OICA 5, AMIA, ProMéxico, ANPACT, INEGI, Secretaría de Economía, citado en Pulido 2013)

Problema de investigación

Conocer que tan favorecedor ha sido el TLCAN en el intercambio comercial trilateral.

Metodología

La metodología a usar en el presente trabajo es un análisis correlacional de los indicadores del sector automotriz, para que de esta forma demos a conocer sobre la base de datos duros los beneficios o perjuicios del TLCAN en este sector.

Desarrollo

La industria Automotriz en México, es un mercado de gran importancia para el desarrollo del país, ya que para 2011 generó el 4% del PIB mexicano. Las empresas ensambladoras han decidido invertir en México por sus condiciones geográficas privilegiadas, mano de obra barata, bajos costos de operación, la destreza de los trabajadores mexicanos y por el Tratado de Libre comercio de América del Norte.

La calidad de estos automóviles ensamblados en tierras mexicanas les da la competitividad de ser comparados a los de China, India, Corea del Sur y Brasil. Los vehículos que se producen en México tienen que cumplir con porcentajes mínimos de Valor de Contenido Regional, es decir, comprar 62.5% (para vehículos de transporte de 15 o menos personas) de autopartes a proveedores establecidos en el país, con la finalidad de acceder a mercados internacionales.

La producción de la industria automotriz ha aumentado su importancia en el año 2003 de 12.1% a 14.2% en 2012 según los censos económicos 2009, impulsando la economía empleando a 492 084 personas y debido a esto se ubica entre las más importantes luego del

petróleo y la industria alimentaria. Es importante mencionar que el valor de las exportaciones de ésta industria es mayor al de las exportaciones de petróleo crudo.

Acerca de las empresas inversoras en México, tenemos a: Chrysler, Ford Motor, General Motors, Mazda, Honda, Nissan, Toyota y Volkswagen, pero solo seis de los estados que cuentan con alguna empresa, generaron el 83 por ciento de la producción total de la rama de fabricación de automóviles del país y dieron empleo al 79.3% de personas ocupadas en esta industria. (véase cuadro 4). Unger (2003) señala que la descripción estilizada de los clústers automotrices es a partir de la integración de la cadena de las industrias que tienen que ver entre sí con la provisión de materiales, componentes y equipos para el ensamble de autos y autopartes. El resto de las instituciones integrantes del clúster, que incluye obligadamente a Universidades, tecnológicos y agentes de conocimientos y vinculación, son más específicas a cada caso por lo que serán ilustradas más adelante en casos concretos.

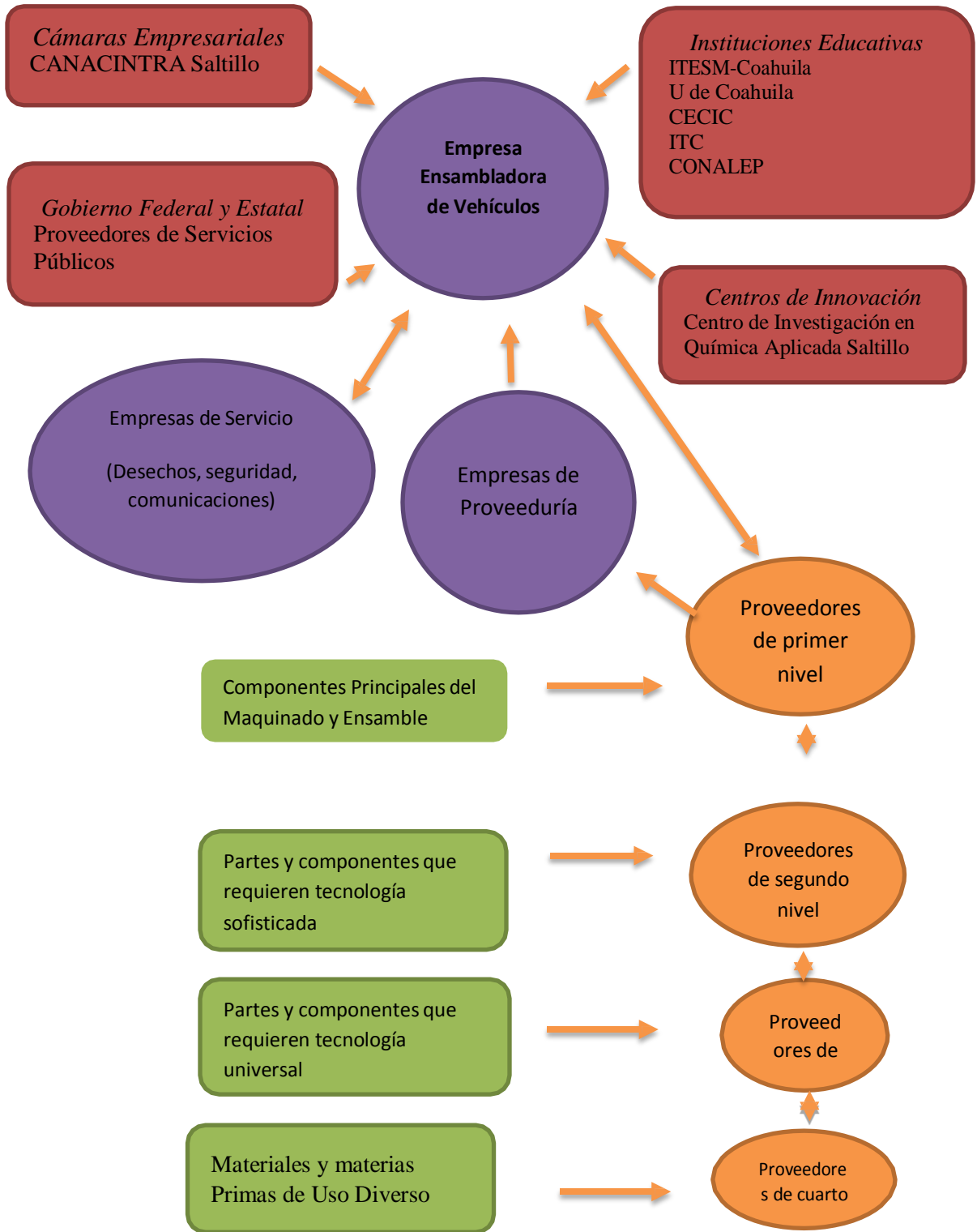
En el caso de los clústers mexicanos, se han experimentado desarrollos contrastantes del —clúster automotor‖ en diferentes regiones y estados (Véase Figura 1), algunos han tenido crecimientos e integración exitosas, otros no tanto. (Véase cuadro 5). Dentro de este rubro tenemos el mayor clúster automotriz mexicano en Ramos Arizpe, Coahuila, está bastante más diversificado a otras autopartes: Monclova (AHMSA) y Monterrey, son dos grandes centros siderúrgicos que soportan en buena parte la demanda del clúster Saltillo. Coahuila sigue atrayendo nuevas empresas. A finales del 2002, hay 45 empresas del sector automotriz con capital extranjero en el estado. El avance relativo del clúster Saltillo /Ramos Arizpe a lo largo de las dos últimas décadas ha consolidado un clúster completo (Véase Cuadro 1).

Tabla 4. Ubicación de las Plantas instaladas en México y productos fabricados

Ubicación de Plantas			
Empresa	Estado	Ciudad	Producto
Chrysler	Coahuila	Saltillo	Motores Camiones Promaster RAM
	México	Toluca	Journey y Fiat 500
Ford Motor	México	Cuatitlán	Ford Fiesta
	Sonora	Hermosillo	Ford y Lincoln MKZ, así como sus versiones híbridas
	Chihuahua	Chihuahua	Motores y fundición
General Motors	Coahuila	Ramos Arizpe	Chevrolet Sonic, Chevrolet Captiva Sport y Cadillac SRX Motores y transmisiones
	Guanajuato	Silao	Chevrolet Cheyenne, Chevrolet Silverado y GMC Sierra, en eversions cabina regular y crew cab Motores y transmisiones
	México	Toluca	Motores
	San Luis Potosí	San Luis Potosí	Chevrolet Aveo y Chevrolet Trax Transmisiones
	Mazda	Guanajuato	Salamanca
Honda	Jalisco	El Salto	CR- V
	Guanajuato	Celaya	Fit
Nissan	Morelos	Civac	Camiones pick up, Frontier L4, Tsuru, Tiida, Tiida HB, NV200, New YorkTAXI, Versa
	Aguascalientes	Aguascalientes 1	March, Versa, Sentra, Note Motores 4 cilindros
	Aguascalientes	Aguascalientes 2	Sentra
Toyota	Baja California Norte	Tecate	Tacoma
Volkswagen	Puebla	Puebla	Beetle Clásico, Clásico TDI, Nuevo Jetta y Golf
	Guanajuato	Gto. Puerto interior	Motores de alta tecnología

Elaboración propia del autor basado en datos de AMIA

Cuadro 1. Clúster Ramos Arizpe, Coahuila



Elaboración propia del autor basado en Unger K., (2003), Los clústers industriales en México: especializaciones regionales y la política industrial. CEPAL



Figura 1. Localización de la industria automotriz en México

Elaboración propia del autor basados en Bancomext

Ventajas TLCAN

El TLC amplía el comercio y promueve la eficiencia, el ingreso real de la población aumenta.

Los mayores flujos de inversión y comercio explotarán la ventaja comparativa de México en procesos intensos en mano de obra, incrementándose el valor real de los salarios de la economía.

Particularmente, hoy en día 80 por ciento de lo que se exporta son manufacturas.

➤ (Paxtian J. L. ,2014)

A través de un análisis de las cifras registradas en los últimos 22 años, se puede apreciar el incremento de la actividad comercial mexicana con Estados Unidos y Canadá.

A partir del año 1995, después de la entrada en vigor de dicho tratado existe una evolución favorable de las exportaciones hacia Estados Unidos pasando de 8,000 millones de dólares en el año 1995 a casi 42,000 millones en el año 2013, contando con una prominente baja en el año 2009, mostrando una fuerte recuperación en cuatro años.(véase gráfico 1). Por el lado de las importaciones provenientes de este país se mantienen constantes con ligeras variaciones, manteniéndose en un rango inferior a las exportaciones.

En el caso de Canadá, se puede observar que la relación bilateral es constante tanto en importaciones como en exportaciones del sector, teniendo un promedio de 1200 millones de dólares al año (véase Grafica 1).

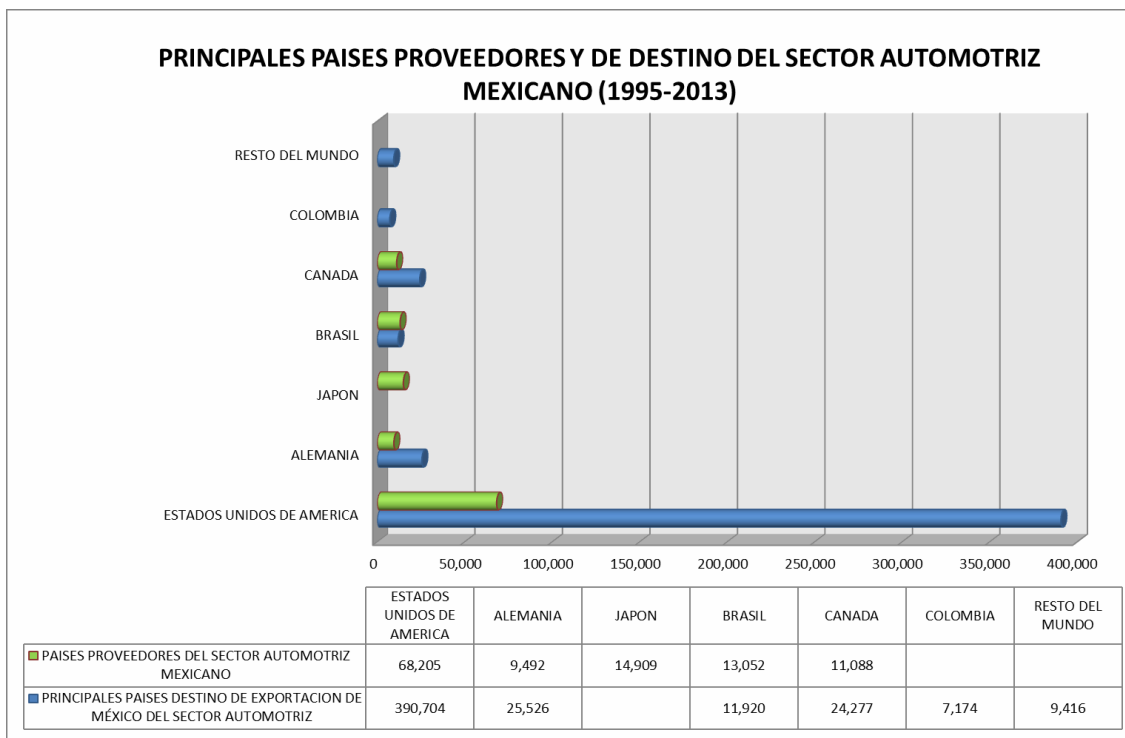


Gráfica 1. Comportamiento de las exportaciones e importaciones.

Elaboración propia del autor con base en (AMDA, 2013)

Este tratado ha hecho que Estados Unidos y Canadá se encuentren entre los primeros cinco países destino de las exportaciones del sector automotriz, no así haciendo de lado las relaciones comerciales con otros países del resto del mundo. (Véase gráfica 2)

En la gráfica 2 se puede observar que México está abierto a relaciones comerciales bilaterales con el resto del mundo siendo así destino de exportaciones de este sector de países asiáticos y europeos.



Gráfica 2. Principales proveedores y países destino del sector automotriz.

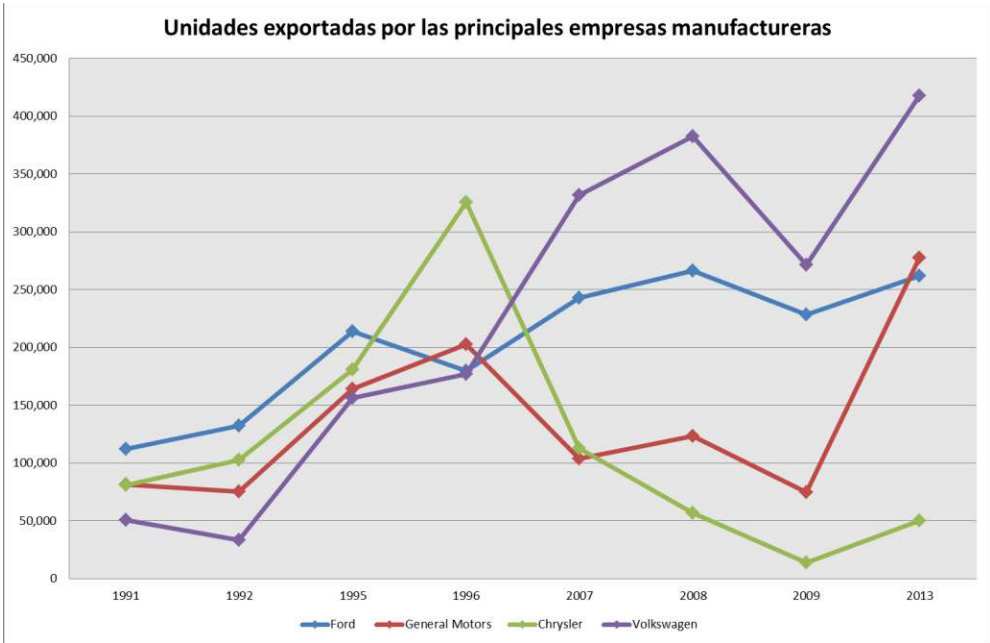
Elaboración propia del autor con base en (AMDA, 2013)

Esto se ha dado gracias a la fuerte actividad de las empresas establecidas en la república Mexicana. Las empresas con mayor presencia son Ford Motor Company S. A., Volkswagen de México, S. A. de C. V., Chrysler de México, S. A. y General Motors de México, S.A. de C.V.

De estas empresas líderes, la que ha mostrado un mayor crecimiento desde antes de la implementación del TLCAN hasta el 2013 ha sido Volkswagen mostrando una fuerte evolución de 370,000 unidades producidas, y a pesar del déficit que tuvo en el 2009 ante la crisis económica se ha recuperado rápidamente.

Por su parte, Ford ha mostrado un crecimiento constante logrando un aumento de su producción del 43%, con bajas menores en los años 1996 y 2009.

Antes de la implementación del TLCAN Chrysler y General Motors tenían una producción promedio de 81,000 unidades; General Motors ha tenido altibajos durante estos 22 años teniendo su mayor caída en el 2009 y mostrando una fuerte recuperación de aproximadamente 200,000 unidades en cuatro años, teniendo una producción similar a Ford, por el contrario está la situación de Chrysler la cual tuvo un crecimiento desde 1991 hasta 1996, sin embargo a partir de ese año ha tenido considerables bajas y no ha podido recuperarse de ellas, con esto presentando un déficit de -30,956 unidades.



Gráfica 3. Unidades exportadas por las principales empresas manufactureras.

Elaboración propia del autor con base en (AMDA, 2013)

Conclusiones

El tema del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y sus resultados así como sus beneficios son de los temas que han tenido más discusión entre los mexicanos, debido a que las multinacionales automotrices han puesto la mira en México por múltiples razones, entre ellas a mano de obra calificada y barata incluyendo los privilegios geográficos con que contamos.

La primera ensambladora que llegó a México fue Ford que abrió sus puertas en el año 1925 y esto ocasiono que el gobierno mexicano promulgara un Decreto Automotriz en el cual se estipuló que un 60% del contenido de los autos tenía que ser mexicano, sin embargo el porcentaje de valor de contenido regional debería ser modificado e incrementarse para que éstos automóviles sean considerados cien por ciento mexicanos, ya que de todas las exportaciones automotrices que hace nuestro país, ninguna pertenece a una ensambladora mexicana, porque todas son de inversión extranjera.

Se concluye que la implementación de un Tratado de Libre Comercio con América del norte ha sido favorecedor para el país ya que las exportaciones del sector automotriz se multiplicaron, pasando de 8,851 millones de dólares en 1995 a casi 44,000 millones de dólares en 2013.

Se observa una mayor actividad comercial de las empresas a partir de la implementación de dicho Tratado, trayendo consigo un mayor desarrollo para la economía y un mejoramiento en la calidad de vida de los mexicanos, pues se han generado diversas fuentes de empleo, no sólo en las plantas si no alrededor de ellas, en las instituciones educativas y en los sectores público y privado, esto se ve reflejado en el crecimiento de los clústers.

El panorama es bastante bueno, entonces se puede empezar a apoyar a empresas automotrices mexicanas para incursionar en este sector con financiamientos, y así continuar creciendo.

Las cifras anteriormente mencionadas indican que ha habido un incremento acelerado de la producción mexicana en éstos últimos 20 años y a pesar de que ha sido impulsora para estas 3 economías, la que se ha visto más beneficiada ha sido la mexicana ya que no solo se ha contribuido a elevar los indicadores económicos nacionales sino que ha mejorado la situación monetaria de las familias mexicanas trayendo un incremento en empleos e impulsando al país a ser una economía competitiva a nivel internacional proyectándonos en unos años a mejorar y colocarnos entre los primeros productores de este sector

Las empresas que han llegado a México a establecer sus plantas manufactureras han logrado posicionar a México entre los principales exportadores a nivel mundial de éste sector ya que ocupa el 4° lugar.

A 20 años de la entrada en vigor del acuerdo, se puede considerar que el pacto cumplió con los objetivos que se planteó, ya que el TLCAN propone: Aumentar la capacidad de exportación de un país y atraer capital extranjero para complementar el ahorro nacional. Y es un éxito ya que las cifras lo demuestran: México exportaba un poco más de 100 millones de dólares al día, y hoy exporta más de mil millones de dólares por día.

Bibliografía

- AMDA. (s.f.) fecha de consulta 16 junio de 2014, de <http://www.amda.mx/>
- AMIA. (s. f) recuperado el 18 agosto de 2014, de <http://www.amia.com.mx/>
- BANCOMEXT. (s.f.) recuperado el 18 junio de 2014, de <http://www.bancomext.com/>
- BANCOMEXT (2004). *Apuntes de Coyuntura: el TLCAN y el sector de equipo de transporte y autopartes 54, 358-359.*
- Cacheaux, Cavazos & Newton (CCN). (2010). Ventajas Comparativas de la Industria Automotriz Mexicana. *MexicanAutomotive.*
- Ciro S. y Quiroz R. (2014). Los beneficios del TLCAN en regiones y negocios se sentirán en 20 años: Guajardo. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2014/02/05/economia/029n1eco>
- Dávila A. (2004) *México: concentración y localización del empleo manufacturero, 1980-1998.* Economía Mexicana. Nueva Época, CIDE, volumen XIII, número 2, segundo semestre.
- Fernández Domínguez, A. O. (2005) *Explicando las exportaciones mexicanas de la industria automotriz. Un análisis de series de tiempo.* Tesis Maestría. Economía. Departamento de Economía, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.
- González L. y Morales R. (2014) *Industria automotriz, enfila hacia carriles de alta velocidad.* Disponible en: [http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/03/14/industria-automotriz-enfila-hacia-carriles-alta-velocidad.](http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/03/14/industria-automotriz-enfila-hacia-carriles-alta-velocidad)
- INEGI. (s.f.) recuperado 21 junio de 2014, de <http://www.inegi.org.mx/>
- INEGI. (1993). *La Industria Automotriz en México.* Instituto Nacional de Estadística, Geografía e informática.
- INEGI. (1994). *La Industria Automotriz en México.* Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- INEGI. (1996). *La Industria Automotriz en México.* Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- INEGI. (1997). *La Industria Automotriz en México.* Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

INEGI. (2013). *La Industria Automotriz en México 2013*. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

Paxtian J. L. (2014) *Tlcan, Ventajas Y Desventajas*. Disponible en:
<http://economiayglobalizacion.wordpress.com/2011/10/10/tlcan-ventajas-y-desventajas/>

ProMéxico. (2013). *Industria Terminal Automotriz*.

ProMéxico (2014). *Sector Automotriz en México*. Disponible en:
http://mim.promexico.gob.mx/wb/mim/auto_perfil_del_sector

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, —Decreto para el fomento y modernización de la Industria Automotriz en Diario Oficial, 11 de diciembre de 1989.

Tratado de Libre Comercio de América del Norte (1994), preámbulo.

Unger K. (2003, septiembre). *Los clusters industriales en México: especializaciones regionales y la política industrial*. Documento ha sido preparado para el proyecto CEPAL/GTZ ejecutado por la División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la CEPAL y financiado por la GTZ de Alemania.

Sello de comercio justo, ingrediente de éxito en la exportación de café orgánico mexicano

Carolina Sánchez Téllez

Estudiante de la licenciatura en Comercio Exterior-UAEH

Adrián González Romo

Profesor Investigador Comercio Exterior-UAEH

Resumen

El comercio, uno de los lazos más importantes que unen a los productores y consumidores, donde los mercados cada vez son más exigentes por la competencia existente, sobre todo los consumidores de los países desarrollados que cada vez buscan la calidad a través de productos orgánicos. El café es uno de los productos que se comercializa bajo el Sello de Comercio Justo, el cual se ha convertido en el instrumento de promoción que permite a los productores de escalas pequeñas entrar al mercado internacional en condiciones más equitativas y uniformes, proporcionando de esta manera un precio justo, calidad y desarrollo sustentable del campo en este caso México. El Comercio Justo se ha convertido en el ingrediente de éxito que pretende generar un crecimiento y desarrollo significativo para todos los productores que cuenten con este sello y que se encuentran en países en vías de desarrollo. De acuerdo con las nuevas tendencias en los agronegocios este sello forma parte esencial en los sectores cafetaleros ya que busca una nueva diversificación en los productos.

Palabras Clave: Café, café orgánico, comercio justo

Introducción

El café orgánico es el tipo de café que se cultiva bajo los más altos estándares de calidad, es decir, sus prácticas agrícolas son de forma libre de químicos y pesticidas. La producción de café orgánico en México se sustenta en el cultivo del cafeto arábigo, arbusto de mayor antigüedad en la agricultura cafetera originario del África del este, siendo este el de mayor demanda y calidad en el mercado internacional, por el menor contenido de cafeína. México se coloca como uno de los principales productores y exportadores de café orgánico, en su mayoría por campesinos indígenas de regiones marginadas de los estados de Chiapas, Oaxaca, Veracruz y Guerrero principalmente.

De acuerdo a la SAGARPA (2010), este producto tropical representa una actividad estratégica de buena rentabilidad para los mexicanos productores, ya que por parte del consumidor surge la tendencia de proteger su salud tomando un producto libre de residuos químicos y que además proteja al medio ambiente.

Los agronegocios han adoptado su estrategia con el objetivo de captar un mayor mercado, a través de nuevas ideas de estandarización de productos por su diferenciación, calidad y por su muestra de respeto hacia los distintos gustos. Al construirse nuevas alternativas comerciales de consumo, es indudable que esta situación en particular favorece al origen de nuevos nichos de consumo de café como el gourmet, las denominaciones de origen, el orgánico, el solidario o de *Comercio Justo*, entre otros.

Según Laure Waridel (2001), el Comercio Justo es un sistema alternativo de intercambio, cuyo objetivo es lograr relaciones comerciales más equitativas entre los países y entre consumidores y productores.

El movimiento de Comercio Justo está teniendo un gran auge dentro del café ecológico ya que funciona de acuerdo con normas éticas, sociales y ambientales, adquiriendo productos de organizaciones de pequeños productores coordinados de manera que se pague lo justo a cada uno de los que intervienen en el proceso de producción y exportación, es decir, el comercio equitativo es una relación, libre, directa y honesta (no fraudulenta).

Este nuevo movimiento según Barratt Brown (1998), se originó en 1973, al surgir el primer café de comercio justo, importado de cooperativas de Guatemala. Sin embargo fue hasta 1988 que en los Países Bajos se introdujo la primera marca del comercio justo, con el nombre de Max Havelaar, de esta manera se establecieron —los primeros sellos para certificar la calidad y procedencia de los productos bajo las normas de este tipo de comercio (Torres, et al, 2005:2).

Se considera que en el año de 1973 nace el sistema de comercio justo en Holanda y mantiene el objetivo inicial. Posteriormente los países asociados suscribieron una serie de acuerdos que constituyeron el pedestal para el comercio internacional y la política de mejora, centrándose en atender a un sistema monetario internacional estable dominado por los Estados Unidos y un régimen de apertura comercial (Furtado, 1976:50-57).

Este régimen de apertura comercial, basado en el dialogo, la transparencia y el respeto, busca mayor equidad en el comercio a nivel internacional, introduciendo de esta manera el Sello de Comercio Justo. El Comercio Justo se ha convertido en el ingrediente de éxito que

pretende generar un crecimiento y desarrollo significativo para todos los productores que cuenten con este sello y que se encuentran en países en vías de desarrollo. De acuerdo con las nuevas tendencias en los agronegocios este sello forma parte esencial en los sectores cafetaleros ya que busca una nueva diversificación en los productos.

Es importante señalar que al conocer los factores que han influido en el éxito de la exportación de café orgánico, permitirá detectar la forma en que están organizados los productores, la manera en que están practicando dicha actividad de comercialización, las diferentes certificaciones con las que cuentan y la manera en que están siendo empleadas para el éxito de tales productos.

Desarrollar la presente investigación sobre esta alternativa de desarrollo permite reflejar que el comercio justo es un movimiento que tiene una relevancia social, ya que dentro de sus principios se encuentra las mejoras sociales de las comunidades productoras, además se pretende mostrar estos principios que desconocen los productores sobre este movimiento, con la idea de que de ellos mismos contribuyan al desarrollo de sus comunidades al ampliar las nuevas alternativas de negociación, ya que esta venta justa no solo se da entre las operaciones en sí, compra-venta, sino también permite una asociación justa entre los productores, importadores y consumidores finales, obteniendo de esta manera transacciones transparentes.

De igual manera el movimiento sobre el Comercio Justo, en la exportación de café orgánico, resulta de gran importancia porque no solo permite el desarrollo social sino también da paso al desarrollo económico, ético y medio ambiental.

Los productores cafetaleros mexicanos al enterarse más sobre este movimiento y los beneficios ventajosos que se les otorga, podrán optar por la certificación de Comercio Justo y empezar a incursionar en mercados internacionales, sin dejar duda alguna de que incrementaran sus ventas de manera segura y justa.

El objetivo principal en la que se basa la presente investigación es la de identificar la dimensión en la que el sello de Comercio Justo contribuye al éxito de la exportación de café orgánico mexicano en los mercados internacionales, a través de los distintos métodos de la investigación.

Por lo tanto el desarrollo de la misma nos permitirá:

- 🌿 Conocer cuáles son los principios del Comercio Justo que resultan más atractivos para los importadores (consumidores) de café orgánico mexicano.
- 🌿 Revelar los motivos del por qué existe un número reducido de productores mexicanos de café orgánico que se certifican con el sello de Comercio Justo.

Antecedentes sobre el denominado “comercio justo”

Ha transcurrido ya cerca de medio siglo desde que apareció la denominación de —comercio justoll, comercio alternativo o no convencional/tradicional, concretamente en la década de los sesentas. El surgimiento del comercio justo, es a raíz de una serie de movimientos a principios del siglo XX bajo la demanda de equidad en el comercio internacional,

Es en la Europa Central, particularmente en países con un alto índice de desarrollo, donde surgieron movimientos sociales alternativos, los cuales ejercieron una fuerte protesta en contra de la injusticia y la explotación de los mercados convencionales, al mismo tiempo que emerge la conciencia ecológica.

De acuerdo a la comisión de las naciones unidas para el comercio y el desarrollo (UNCTAD), el —comercio justo‖ surge de la voluntad de poner en marcha el ideal de los países productores de materias primas: —comercio, no ayuda‖, pues en el comercio se desarrollaron inconsistencias por parte de los países desarrollados ya que vendían productos con un precio cada vez más alto. Esta situación empezó a producir un desequilibrio en el intercambio comercial internacional que cada vez resaltaba más.

Según Renard (1999), la estructura del comercio tradicional se caracteriza por tres factores: la interrelación de productos y de servicios en una serie de actividades con valor agregado; la configuración espacial y organizacional, así como territorial de las empresas que forman la red de producción y de marketing; la relación de poder o la estructura de gobernabilidad que determina la ubicación de los recursos en la cadena de producción

Para Cuellar (2004:5) este comercio tradicional —es la red comercial-producción-consumo orientada hacia un desarrollo solidario y sustentable que beneficie principalmente a los productores excluidos o en situación de desventajas, impulsando mejores condiciones económicas, sociales, políticas, culturales, medioambientales y éticas en este contexto.‖

Lucino S. Maldonado, Esteban E. Prado y Salvador D. Cárdenas (1999), realizaron aportaciones interesantes sobre el —Café orgánico: producción y certificación en México‖, aportación en la cual describen el procedimiento a seguir para poder obtener una certificación y las ventajas que estas proporcionan al querer incursionar en los mercados internacionales.

Ana Isabel Otero (2006), señaló —El comercio Justo como innovación social y económica: el caso de México‖ en donde argumenta que el nacimiento del comercio justo en México

responde a la convergencia de varios eventos independientes a los de sus orígenes como: I) la crisis agrícola, en el ámbito interno; II) la crisis de los precios del café y el poder creciente de las grandes transnacionales que controlan el mercado, en el ámbito externo; III) la consolidación del capital social rural gracias a las alianzas con actores externos; IV) y la creación de una base ideológica que responde tanto a las expectativas e ideas de los pequeños productores como a su modo de organización en ciertas zonas.

Édgar C López L. e Ignacio Caamal C. (2009), hacen un aporte importante al analizar los costos de producción del café orgánico del estado de Chiapas y el precio justo en el mercado internacional.

Aunque es muy poco el trabajo materialmente disponible sobre el Comercio Justo, en los últimos años, se han dado a conocer pequeños escritos y publicaciones sobre dicho sistema, los cuales han revelado a este movimiento como una respuesta ante la pobreza y desarrollo de las regiones participantes. Por lo tanto el Comercio Justo contribuye a aquel desarrollo sostenible que tanto desean los productores y trabajadores marginados que participan, en este caso, específicamente en el sector cafetalero.

Conceptualizaciones operativas sobre el Comercio Justo

La Organización Internacional del Sello de Comercio Justo define de manera muy concreta a este movimiento como: —Un sistema de relaciones comerciales entre organizaciones de pequeños productores y empresas de comercialización, industriales y consumidores, que permite a los pequeños productores, obtener un ingreso digno y estable; impulsa así también sus propios procesos de desarrollos económicos, sociales, culturales y ecológicamente sustentables.‖ (Comercio Justo México, 2008).

Hoy en día la cafeticultora en México ha tomado un papel de gran valor, se ha convertido en una nueva estrategia de negociación para ingresar en los distintos mercados. La implementación de esta nueva estrategia en los mercados agrícolas se ha desarrollado debido al fenómeno de la —globalización¹⁶³ ya que con este las empresas se han visto forzadas a implementar tales cambios si desean, ser competitivos y permanecer en el mercado.

He aquí donde se origina el término de agronegocios que de acuerdo a el IICA (2010), es un nuevo enfoque que considera a la agricultura como un sistema de cadena de valor que se centra en dar satisfacción a las demandas y preferencias del consumidor, mediante la incorporación de prácticas y procedimientos que influyen todas las actividades dentro y fuera de la unidad de Producción. Este concepto no solo representa a la —gran agricultura de tipo empresarial¹⁶³ ya que de igual manera abarca a todas las unidades de producción reconociendo la gran contribución de los agricultores de pequeña y mediana escala que intervienen en el proceso de alimentos.

Desde sus orígenes el Comercio, transacción que se lleva a cabo entre países con el objetivo de comprar y/o vender un producto, es una de las actividades socioeconómicas que ha permitido fortalecer las relaciones entre productores y consumidores lo cual para la mayoría ha representado una fuente de riqueza. Es fundamental que todos los productores agrícolas estén preparados para enfrentar todos los cambios que se suscitan de acuerdo a las exigencias y tendencias del mercado, para lo cual es necesario entender el entorno del mismo.

¹⁶³ La globalización es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando su mercado, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global, PROMEXICO

De acuerdo con Peter Timmer (1997), *—existe una evolución hacia una agricultura comercial y al desarrollo de agronegocios, y cada vez menos a la producción de productos básicos—*. Lo cual nos dice que las oportunidades de negocios se están dando para aquellos del campo, que se estén especializando cada vez más, que estén adicionando un mayor valor agregado y que estén tomando en cuenta el procesamiento entorno a la calidad.

Debido a tantos cambios en tan poco tiempo, los más perjudicados han sido los agricultores que se encuentran en países en vías de desarrollo ya que la mayoría no cuenta con los recursos económicos y tecnológicos necesarios para incursionar dentro de estas nuevas exigencias por parte de los mercados y los consumidores potenciales.

Es por eso que surge una nueva alternativa de comercio, **“el Comercio Justo”, en el cual los productores obtienen un ingreso digno y estable que impulsa sus propios procesos de desarrollo económico, social y cultural.** El Comercio Justo, también llamado comercio alternativo, es un movimiento internacional formado por países desarrollados y países en vías de desarrollo, con el doble objetivo de mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y que a su vez los consumidores reciban un producto de calidad certificada, elaborada con respecto a la salud y cuidado a la naturaleza.

Han sido distintos los puntos de vista de los especialistas en cuestión al desarrollo y causas de implementación del Comercio Justo, plantean distintas teorías del porque se comenzó a implementar este movimiento dentro de los sistemas político-económicos de cada país, en caso particular el de México.

Aguirre (2005) expone en *—Café y comercio justo en México—*, que el desarrollo del comercio mundial se ha desarrollado realmente en torno a los mercados de las ciudades.

Por ello las regiones colonizadas producen desde hace más de cuatro siglos lo que demandan los consumidores potenciales. El avance de este intercambio provocó que en los países de América Latina, Asia y África la población fuera dominando la producción de productos básicos con el fin de exportarlos tal es el caso del café, cacao, frutas tropicales, entre otros.

Es por esto que los países desarrollados vendían cada vez menos productos básicos, a los de vías de desarrollo, enviando solo manufacturas de las cuáles su precio constantemente subía en contraste al de los productos esenciales. Esta situación promovió una inestabilidad y desigualdad en el intercambio comercial.

A lo que el precursor de la UNCTAD, secretario General Raúl Prebisch (2008), afirma que la miseria en países menos desarrollados se debía a negocios desiguales originados por la disminución referente a los precios de los productos básicos producidos en estos en comparación con los productos manufacturados elaborados los países desarrollados. Referente a lo anterior se suscitaron percepciones que se divulgaron en las décadas de 1960 y 1970 por los teóricos de la dependencia, quienes añadieron que:

“Desde el siglo XVI estas desigualdades han sido centrales para el sistema mundial capitalista y son un legado del colonialismo, el cual ha obligado al sur a volverse dependiente del norte en cuanto a mercados, tecnología y capital. La mayoría de los teóricos de la dependencia miraron la brecha entre el norte y el sur, bajo los términos de comercio existentes, como insuperable y argumentaron que los estados del sur necesitan ya sea apoyar una fuerte intervención estatal en los mercados o, según los círculos más

radicales, desvincularse por completo del sistema capitalista mundial. (Furtado, 1976: 215-218)”¹⁶⁴

El cultivo de productos agrícolas orgánicos surge como una necesidad al cuidado del medio ambiente, al cuidado de la salud, mayor calidad en los productos y al pago equitativo a los productores entre otros. Este sistema de producción se ha convertido en una nueva tendencia que día con día va en aumento no solo en el mercado nacional sino también dentro de los negocios internacionales.

Al ser una producción orgánica este se sustenta en la fertilización orgánica es decir en la contraposición a la utilización de materiales químicos, mediante la sostenibilidad integral del sistema de producción agrícola. Los sistemas agrícolas sostenibles son aquellos que buscan satisfacer la demanda de alimento natural y nutritivo de manera que el agrosistema mantenga un equilibrio. El atractivo mercado de los alimentos orgánicos está conquistando cada vez más a países desarrollados. Entre los países con mayor superficie orgánica cultivada están Australia, Argentina, Brasil, Suiza, Finlandia, Austria, Dinamarca entre otros.

Los países que han experimentado un crecimiento en superficie orgánica anual se encuentran México, quien está ubicado en el contexto internacional como país productor-exportador de alimentos orgánicos y como primer productor de café orgánico certificado.

La Agricultura Orgánica y su importancia en la economía mexicana

En México, el desarrollo de la agricultura orgánica inicio en los años 60's a través de las distintas solicitudes con carácter de demanda sobre la producción de determinados

¹⁶⁴ Celso Furtado es sin duda uno de los economistas más influyentes en la historia brasileña y latinoamericana, -entendemos a Norte como países desarrollados y, Sur como países en vías de desarrollo

productos ecológicos. Es de esta manera como comienza el cultivo del café orgánico en los estados de Chiapas y Oaxaca, áreas en las cuales no eran empleados insumos químicos.

A final de los ochenta la demanda sobre los productos orgánicos comenzó a expandirse rápidamente en países desarrollados, con base a esta demanda los mismos países consumidores y encargados de su propia producción ya no podían satisfacer a su mercado nacional, sobre todo en productos como el café, por lo cual ante tal situación diversos países en desarrollo respondieron con la producción y exportación de orgánicos para así satisfacer a todos los demandantes de tales productos.

A partir de los inicios del siglo XXI la agricultura orgánica se ha convertido en uno de los subsectores más exitosos del sector agrícola mexicano. De acuerdo a la SAGARPA a través del Consejo Nacional de Producción Orgánica (2013)¹⁶⁵ México cubre casi 400 mil hectáreas, la tasa media de crecimiento de esta actividad es del 20% anual en promedio en los últimos años. Entre el 85 y 90% de la producción orgánica nacional es de exportación. Los ingresos en divisas por las exportaciones de productos orgánicos son de alrededor de 400 mdd promedio anual. Se estima que existen 128 mil productores en el modo de producción orgánico. Uno de los principales productos orgánicos por superficie orgánica cultivada es el café con un 48%. Los Principales Estados productores orgánicos son Chiapas, Oaxaca, Michoacán, Querétaro y Guerrero que concentran el 77% del volumen total orgánico nacional.

Dada la importancia que tiene el sector orgánico en México, se expidió la Ley de Productos Orgánicos-LPO (Diario Oficial, 2006) y el 1 de abril de 2010 el Reglamento de la Ley con

¹⁶⁵La SAGARPA instaló formalmente el Consejo Nacional de Producción Orgánica (CNPO) en septiembre de 2007. El CNPO es un órgano de consulta de la SAGARPA con carácter incluyente y representativo de los productores y agentes de la sociedad en materia de productos orgánicos.

el fin de reglamentar los sistemas de producción orgánica e impulsar comercialmente tanto a nivel nacional como internacional los productos orgánicos de México.

Para dicha Ley en su artículo III fracción XVII la producción Orgánica la define como el sistema de producción y procesamiento de alimentos, productos y subproductos animales, vegetales u otros satisfactores, con un uso regulado de insumos externos, restringiendo y en su caso prohibiendo la utilización de productos de síntesis química.

De acuerdo con un estudio realizado por René Díaz Pichardo (2013), para 2020 la agricultura mundial podría ser principalmente orgánica y México podría ser un importante abastecedor de mercados globales. Esta modalidad agrícola es una de las alternativas más prometedoras para el campo mexicano ya que además de cumplir con los objetivos de la sustentabilidad, ofrece un mercado creciente.

El papel de México como abastecedor del mercado mundial se basa en productos orgánicos que por cuestiones climáticas escasean en ciertos periodos en los países de alta demanda. De esta manera las mejores perspectivas para los productores mexicanos están en aprovechar la experiencia y el conocimiento que tienen sobre los métodos orgánicos a fin de competir efectivamente con otros países que buscan oportunidades en este prometedor sector.

Sin embargo, también existen restricciones que se deben tomar en cuenta para la producción orgánica: falta de promoción por parte del gobierno y escasa investigación entre otros, para el total aprovechamiento de este, ya que una Ley no es suficiente para la difusión y explotación del sector abordado.

Comercialización internacional de café

El café es uno de los cultivos agrícolas más importantes en términos de volúmenes de exportación, es sin duda una de las materias primas más conocidas por todos a nivel mundial y exportado principalmente por 20 países especializados en la producción de café. De acuerdo con la Organización Internacional de Café el principal país productor de café es Vietnam seguido de Brasil y Colombia, con 14,3 millones de sacos vendidos en el primer semestre de 2012, Vietnam se convirtió en el primer exportador mundial de café, superando por primera vez a Brasil que fue desplazado al segundo lugar. Las exportaciones mundiales del aromático crecieron 17,9% en julio de 2012.

De acuerdo a los datos estadísticos de la Organización Internacional de Café (2012), en el período 2000-2009, la demanda mundial de café registró un alza anual de 2,6%, de un promedio de 104 millones a 132 millones de sacos de 60 kilos cada uno, en tanto que la producción quedó un tanto rezagada. En el periodo de 2011 el consumo mundial del aromático aumentó a un ritmo inferior, 1,7%, hasta los 137,9 millones de sacos.

Según datos de la Asociación Mexicana de la Cadena productiva del Café (2012), el año antepasado (2012) Brasil se consolidó como el principal productor mundial de café (entre 43,5 y 48 millones de sacos de 60 kilogramos), seguido por Vietnam (18,5 millones), Colombia (9,2 millones), Indonesia (8,5 millones), Etiopía (7,4 millones), India (4,7 millones) y México (4,4 millones).

Brasil no solo fue el mayor productor mundial del grano en 2012 sino también el primer exportador, con 33,6 millones sacos vendidos por un valor de 8.700 millones de dólares, un notable aumento con respecto a los 5.800 millones de dólares obtenidos en 2010. En Vietnam, el café se posicionó como uno de los principales rubros agrícolas exportables del

país en 1996. Al año siguiente la nación asiática ya era uno de los cuatro suministradores mundiales de café arábico con una demanda creciente en Estados Unidos, Japón, Alemania y Bélgica. (2012)

Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural (2012), en los primeros cinco meses de 2012 Vietnam produjo 860 mil toneladas del grano que le reportaron 1.800 millones de dólares de ingresos. Hasta ese momento era responsable del 60% de las exportaciones globales de café robusta. En el primer semestre del 2014 Vietnam exportó 14,3 millones de sacos de 60 kilogramos, 13% más que Brasil, por un valor de 2.500 millones de dólares (figura 1).

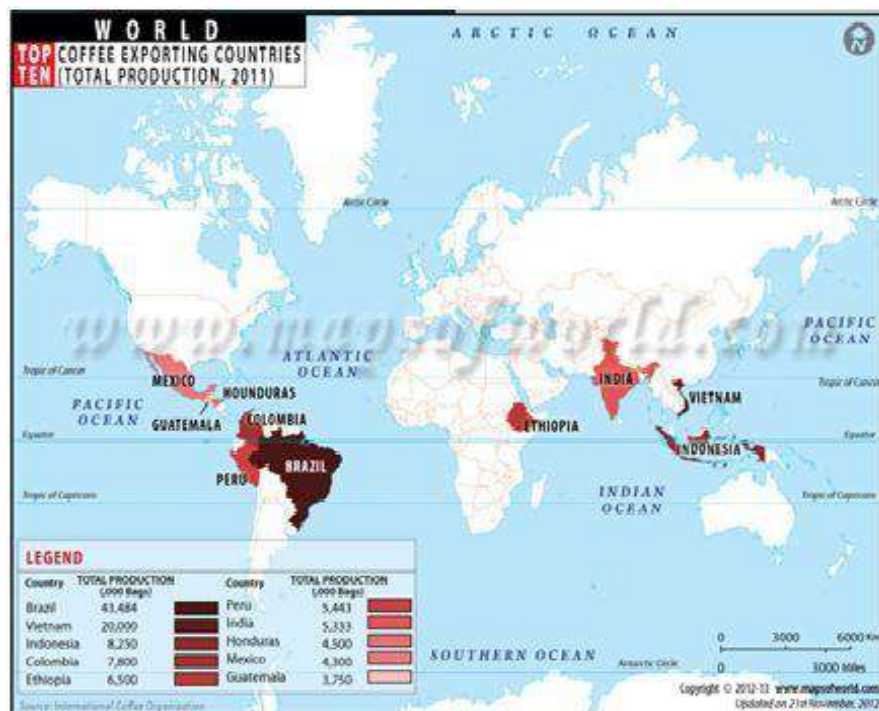


Figura1. Principales países exportadores de café en el mundo

Fuente: Organización Internacional de Café. 2011. <http://www.ico.org/prices/po.htm>

En México tal como se observa en el cuadro 1, es uno de los principales exportadores de café, en la novena posición durante el periodo presentado, por lo que es preciso mostrar que sucede con su producción, hacia donde exporta el café y quiénes son sus principales compradores.

El café se encuentra en los primeros puestos de la economía mundial de materias primas, tras el petróleo, el acero y el trigo. Los cafés Arábica representan cerca del 65-70% del mercado y la Robusta el 35-30%. Los principales mercados son: la bolsa de Nueva York, donde cotizan los Arábica y la bolsa de Londres, donde cotizan los cafés Robusta

Son distintos los medios que aún siguen considerando a Brasil como el principal exportador de café a nivel mundial como lo es el caso de la Organización Internacional de Café, quien de acuerdo a su registro coloca a los siguientes países como los diez exportadores principales de café a nivel mundial.

Tabla 1. Producción total de café a nivel mundial, 2011

PAÍSES EXPORTADORES DE CAFÉ: LOS DIEZ PRINCIPALES (PRODUCCIÓN TOTAL, 2011)		
POSICIÓN	PAÍS	PRODUCCIÓN TOTAL (000 SACOS)
1	Brasil	43, 484
2	Vietnam	20,000
3	Indonesia	8,250
4	Colombia	7,800
5	Etiopía	6.500

6	Perú	5,443
7	India	5,333
8	Honduras	4,500
9	México	4,200
10	Guatemala	3,750

Fuente: Organización Internacional de Café. 2011. Consultado en: <http://www.ico.org/prices/po.htm>

En la figura 2 se muestra el mapa que exhibe a los diez principales países importadores de café del mundo, junto con una tabla que muestra las importaciones realizadas por estos durante el año 2008.

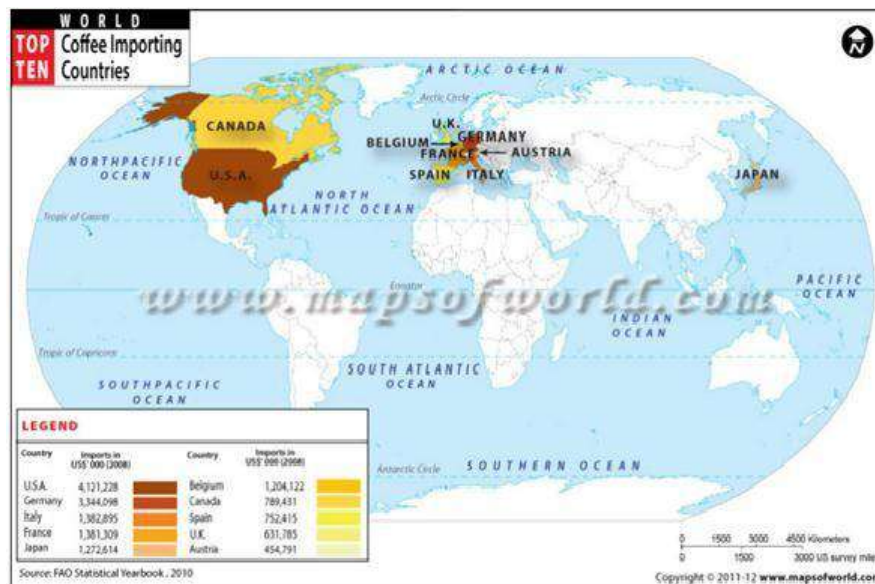


Figura 2. Países importadores de Café: los diez principales

Fuente:FAO.2008. <http://www.mapsofworld.com/world-maps/top-coffee-importing-countries.html>

De acuerdo al consumo mundial del café, a las estadísticas publicadas por distintos medios de comunicación y especializados en la materia, y a las investigaciones realizadas, la demanda mundial de esta bebida aromática está concentrada en países no productores del mundo desarrollado. Los principales compradores son Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón e Italia, como se mostró anteriormente, que en conjunto representan el 70% de la demanda mundial (tabla 2).

Tabla 2. Principales países importadores de Café en el mundo

País	Importaciones en US\$´000 (2008)
Estados Unidos	4,121,228
Alemania	3,334,098
Italia	1,382,895
Francia	1,381,309
Japón	1,272,614
Bélgica	1,204,122
Canadá	789,431
España	752,415
Reino Unido	631,785
Austria	454,791

Fuente: FAO. 2008. <http://www.mapsofworld.com/world-maps/top-coffee-importing-countries.html>

Comercio nacional de café

Actualmente México ocupa el 9º lugar como productor de café verde, aportando el 3% del volumen mundial con 1 millón 287 mil 643 toneladas, para ello participan alrededor de 500 mil productores que siembran en 761 mil hectáreas, cuyas plantaciones se encuentran en 12 entidades del país, sin embargo, los estados de Chiapas y Veracruz concentran el 70% de la producción nacional. El café orgánico representa el 50% de los productos orgánicos en el país, por lo que es el principal alimento orgánico a nivel nacional. Con fuerte presencia en el extranjero, en 2011 las exportaciones de café verde alcanzaron un valor anual de 900 millones de dólares, con esta cifra México se posiciona en el 10º lugar a nivel mundial. El aromático mexicano se exporta a 45 países de los cinco continentes, siendo Estados Unidos, Bélgica y Alemania nuestros principales clientes (Amecafé, 2013).

La cafecultura nacional es una actividad socialmente necesaria, no tanto por ser un cultivo rentable sino porque de su cultivo dependen alrededor de tres millones de empleos. De los 12 Estados productores, 4 concentran la mayor cantidad: Chiapas, Veracruz, Puebla y Oaxaca. Chiapas es el principal productor, de igual manera es uno de los principales productores de cafés certificados en el mundo. En la tabla 3 se presentan los datos más recientes correspondientes a los países que han comprado café mexicano en julio de 2013, los datos son en forma relativa, donde nos muestra la importancia que tiene el mercado estadounidense.

Tabla 3. Principales destinos de las exportaciones de café mexicano

PAIS DESTINO	%
Estados Unidos de América	64
Puerto Rico	4
Bélgica	4
Francia	4
Alemania	4
Italia	3
Canadá	3
Países Bajos	2
Japón	2
Reino Unido	1
Otros	9
Total	100

Fuente: AMECAFE 2013, en

<http://amecafe.org.mx/downloads/exportaciones/2013/Exportaciones%20Mensuales%20Julio%202013.pdf>

Tal como sucede con la mayoría de los productos agropecuarios mexicanos, el principal destino de las exportaciones de café es los Estados Unidos de América, que al mismo tiempo se convierte en nuestro principal proveedor de café, tal como lo revela el Centro de Comercio Internacional (2012).

Nuestro país produce café de excelente calidad, ya que su topografía, altura, climas y suelos le permiten cultivar y producir variedades clasificadas dentro de las mejores del mundo.

Sector Cafetalero en el Estado de Hidalgo

Hidalgo, entidad federativa mexicana que se ubica en la región centro-oriental de México, se encuentra en la posición número seis dentro de los principales productores de café a nivel nacional después de Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Veracruz y Puebla, esto de acuerdo a una entrevista realizada por el Informador¹⁶⁶

De acuerdo al Padrón Nacional Cafetalero (PNC, 2011), Hidalgo se divide en cuatro regiones productoras de café las cuales contribuyen de manera importante con la economía del estado.

Las cuatro regiones en las que se divide la producción de café son:

- ☕ Región Chapulhuacán (Sierra Gorda)
- ☕ Región Tlanchinol-Calnali (Sierra Alta) ☕
- Región Huasteca
- ☕ Región Otomí- Tepehua

¹⁶⁶ Entrevista realizada al investigador Sócrates López Pérez profesor del área académica de Sociología y Demografía de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH).

Se presenta de manera ilustrativa a continuación:

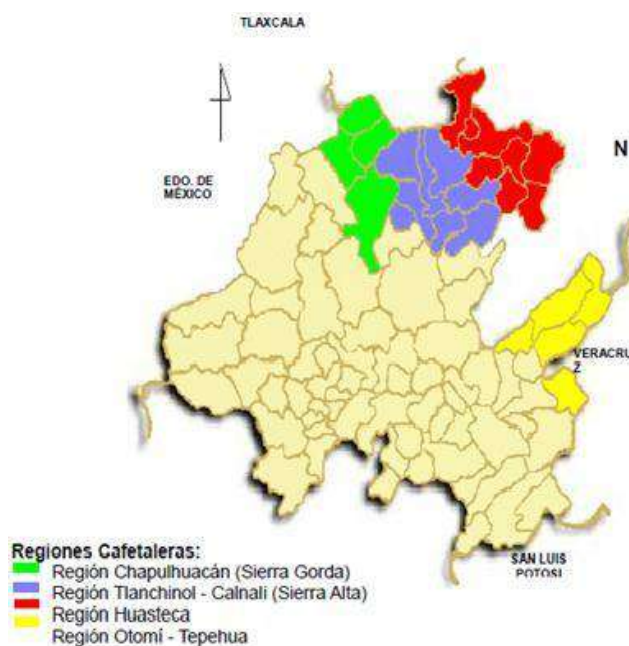


Figura 3. Regiones Cafetaleras del Estado de Hidalgo

Fuente: Padrón Nacional Cafetalero.

http://www.inforural.com.mx/IMG/pdf/Padron_Nacional_Cafetalero.pdf

Según a datos del Consejo Hidalguense del Café para el año 2005, se realizó un análisis sobre las cuatro regiones cafetaleras, las cuales comprenden el número de productores de tales áreas, su participación por superficie y los municipios que participan dentro de dichas regiones. Tales datos se muestran a continuación:

Tabla 4. Regiones cafetaleras por el Consejo Hidalguense del Café

REGIÓN	PRODUCTORES	SUPERFICIE HAS.	PARTICIPACION (por superficie)	MUNICIPIOS POR REGIÓN
Otomí- Tepehua	6,725	6,910.15	29.01%	5
Huasteca	10,358	5,301.89	22.26%	8
Tlanchinol- Calnali	11,773	8,490.76	35.65%	8
Chapulhuacán	3,965	3,115.58	13.08%	4
SUMA	32,821	23,818.38	100%	25

Tabla 4 Regiones cafetaleras de acuerdo al CONCAFE. Fuente: Consejo Hidalguense del Café. http://concafe.hidalgo.gob.mx/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1

Como podemos observar la información estadística, financiera, productiva y de compra-venta referente al cultivo del café en el Estado de Hidalgo es casi nula, ya que al desarrollar las investigaciones concernientes al sector cafetalero es muy notable que la información referente a mencionado sector no es actualizada constantemente por lo que se puede deducir que se ha dejado por un lado tal importante actividad económica para el estado.

Asimismo, Sócrates (López P, 2011), menciona que —nos falta enfocar nuestra atención al café y dar un sentido de desarrollo en donde pensemos que podemos mejorar; tenemos más de 43 mil 600 hectáreas para la producción del café, con un total de 27 municipios del estado cultivando su propia semilla, convirtiendo al café en el tercer grupo agrícola del estado.

Conclusiones

Desde hace varios años se encuentran distintas publicaciones referentes al Comercio Justo, en las cuales se da a conocer que este tipo de comercio es una opción que ofrece ventajas y posibilidades a los productores que desean participar en el mercado internacional, logrando precios y condiciones favorables. A este tipo de Comercio se le han atribuido una gran cantidad de mejorías no solo económicas, sino también sociales y medioambientales.

No obstante, la información acerca del tema sigue siendo muy escasa y repetitiva, ya que en la mayoría de los sitios la información no ha sido actualizada. Aunque el café es uno de los productos estrella del sello de Comercio Justo se considera que existe poca investigación acerca de las tendencias de la oferta y la demanda del café orgánico con este tipo de sello.

La demanda de los productos orgánicos ha creado grandes oportunidades de comercialización para los pequeños productores, y por consiguiente, para los países en desarrollo, puesto que más del 90% de sus cosechas son destinadas a la exportación, que se realizan principalmente a Estados Unidos y Europa.

Para algunos productores no es fácil introducirse en este mercado de exportación, ya que representa costos muy altos en materia de certificación y se requiere de inversiones que para los pequeños productores representa un obstáculo.

El movimiento de Comercio Justo se ha vinculado principalmente con la comercialización de productos agrícolas, siendo el café el producto de mayor peso en las negociaciones comerciales y el cual es considerado como el símbolo del movimiento. México cuenta con un gran número de pequeños productores que en el actual entorno económico se enfrentan a

múltiples obstáculos en la comercialización de sus productos, tales como la fuerte competencia internacional y falta de infraestructura entre otros.

Bibliografía

Aguirre, 2005 —Café y comercio justo en México, en http://vinculando.org/comerciojusto/cafe_mexico/page/4/. Consultado, 10 de agosto de 2014.

Ceccon B. (2008). El Comercio Justo en América Latina, perspectivas y desafíos. Disponible en: <http://books.google.com.mx/books?id=Bn3HtiWx6LcC&pg=PA69&lpg=PA69&dq=UNCTAD,+secretario+General+Ra%C3%BAI+Prebisch>. Consultado el 6 de agosto de 2014

Díaz P. René (2010). Agricultura Orgánica: ¿oportunidad de negocio para México?. *Istmo liderazgo con valores*. n°305. en: <http://istmo.mx/2009/11/agricultura-organica%C2%BFoportunidad-de-negocio-para-mexico/>. Consultado el 6 de agosto de 2014

El Informador. Hidalgo: Sexto productor de Café, 2011, 23 de abril. Disponible en: <http://www.informador.com.mx/economia/2011/287441/6/hidalgo-sexto-productor-de-cafe-en-el-pais.htm>. Consultado, 10 de agosto de 2014.

GARCÍA W. Miguel, RODRÍGUEZ S. Daniel, LAM Frank, HERRERA Danilo y SÁNCHEZ Marcos (2010). *Principales tendencias que afectan el estado de los agronegocios en el hemisferio americano en Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe*. . Conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura en: http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/principales_tendencias_-_Miguel_Garc%C3%ADa_-_Winder.pdf). Consultado el 5 de agosto de 2014

Consejo Nacional de Producción Orgánica, página oficial www.cnpo.org.mx. Consultado el 7 de Agosto de 2014

Diario Oficial de la Federación del 07 de febrero de 2006. En <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LPO.pdf>. Consultado el 7 de agosto de 2014

Lopez L. Edgar C., Caamal C. Ignacio (2009). Los costos de producción del café orgánico del estado de Chiapas y el precio justo en el mercado internacional. *México de ecología, agricultura y de los recursos naturales*. enero-junio, 2009. Vol. 2, núm. 1. en: [file:///C:/Users/CARO/Downloads/remecaren2843%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/CARO/Downloads/remecaren2843%20(3).pdf). Consultado el 5 de agosto de 2014

Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural (Página oficial) en: <http://www.agronet.gov.co/agronetweb1/Estad%C3%ADsticas.aspx>. Consultado 26 de Abril 2014.

Organización Internacional del Sello de Comercio Justo-Comercio Justo México (2008) en: <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>. Consultado el 7 de agosto de 2014

Otero A.I. (2006). La Chronique des Amériques Octubre No 35. El comercio justo como innovación social y económica: el caso de México. Québec, Canadá: en: http://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/chro_Otero_06_35.pdf. Consultado el 5 de Agosto de 2014

Organización internacional de café. Vietnam destrona a Brasil y ya es el primer exportador mundial de café. *Bolpress* (2012) en: <http://www.bolpress.com/art.php?Cod=2012090201>). Consultado el 6 de agosto de 2014

Organización Internacional de Café (2011). Disponible en: <http://www.ico.org/prices/po.html>: Consultado: 7 de agosto de 2014

Schwentenius Rindermann, Rita; Nelson Erín y Gómez Cruz, Manuel Ángel (2010) —Producción Orgánica y mercados locales en México, Revista sobre Desarrollo Sustentable

Sosa M. Lucino; Escamilla P. Esteban, Díaz C. Salvador. (1999). Café Orgánico: producción y certificación en México. en: <http://www.lavida.org.mx/sites/g/files/g369226/f/201308/11.02%20CAFE%CC%81%20ORGA%CC%81NICO.%20PRODUCCIO%CC%81N>

%20Y%20CERTIFICACIO%CC%81N%20EN%20ME%CC%81XICO
.pdf

Timmer, Peter (1997). Tendencias de la Agricultura en la Era de la Globalización: una visión prospectiva, Harvard University. Comuniica. Transcripción del trabajo presentado en la IX JIA, IICA., N°7, p. 40-50 en: http://webiica.iica.ac.cr/comuniica/n_7/espanol/f_timmer.html
Consultado el 6 de agosto de 2014

—Vinculando 2003-2014| en
http://vinculando.org/organicos/produccion_organica_y_mercados_locales_en_mexico.html. Consultado el: 9 de agosto de 2014

Análisis de la importancia de artesanías en Chililico, Hidalgo

Esthefani Tapia Corrales

Estudiante de la licenciatura en Comercio Exterior-UAEH

Adrián González Romo

Profesor Investigador Comercio Exterior-UAEH

Resumen

En este documento se analizará la importancia del sector alfarero en el estado de Hidalgo, así como la artesanía que en esta región producen, los problemas a los que se enfrenta actualmente las —Mujeres artesanas en Movimiento, que se encuentran ubicadas en el municipio de Chililico. De igual forma se estudia a México y los estados que presentan mayor producción de artesanías como Puebla, Veracruz, Tabasco, Chiapas y Oaxaca. Para así poder destacar las ventajas competitivas en comparación con otros del mismo sector e indicar si la empresa tiene la capacidad de producir y exportar al extranjero.

Palabras clave: Alfarería, Chililico, exportación.

Objetivo de la investigación

El objetivo del presente trabajo radica en analizar la importancia del sector artesanal en México y particularmente en el estado de Hidalgo y visualizar la posible exportación de productos alfareros, además de proponer una estrategia que permita incrementar el nivel de producción y alcanzar la demanda en el extranjero.

Finalmente con la implementación de la estrategia de exportación, se podrá incrementar el nivel de vida de los habitantes de la localidad de Chililico así como conservar una de las tradiciones que identifican a este pueblo.

Problema de investigación

Los artesanos con el transcurrir de los años han adquirido conocimiento acerca de la producción de artesanías logrando especializarse en productos alfareros, otorgándoles una ventaja competitiva, un claro ejemplo es el tiempo dedicado a la realización de una artesanía es inferior al de otra persona que no está familiarizada con estos productos.

Sin embargo más allá de la producción se encuentra su comercialización, que se hace inestable con la escasa penetración de mercados y la variación en la venta de los mismos Vergara (2009). Actualmente únicamente se encuentran establecidos en los municipios cercanos a su localidad, y distribuyen sus productos en las plazas centrales o mercados, vendiendo principalmente artículos destinados al almacenamiento de agua y a la decoración del hogar. De igual manera se hacen presentes en los estados colindantes con el estado de Hidalgo como San Luis Potosí, Querétaro y Veracruz adquieren los productos turistas que llegan a la zona. De esta manera el ingreso de las familias es variable y las familias no pueden disponer libremente del recurso en el tiempo que las familias lo dispongan.

Por otro lado se tiene que los socios no cuentan con el conocimiento necesario para realizar un estudio detallado acerca de la capacidad de producción y la demanda en el extranjero, elección del mercado más factible para la comercialización de sus productos, logística y los costos que esta implica, la difusión del producto y en muchas ocasiones la empresa no tiene claro las ventajas que tiene su producto a comparación de otros del mismo giro, descartando la posibilidad de expandir su mercado.

Este estudio permite que las personas dedicadas a la producción de artesanías encuentren alternativas de mercados estables.

Desarrollo de la investigación

Los productos artesanales tienen presencia a nivel mundial, la venta de estos beneficia al sector indígena por ser una fuente importante de ingresos. El rápido crecimiento de las ciudades en oposición a las zonas rurales ocasiono que los talleres de artesanías quedaran desprotegidos ya que la mayor parte de la población emigro a las ciudades y solo un pequeño porcentaje de la población asumió el seguir fabricando productos alfareros.

Se realiza un análisis de la situación que prevalece de los productos artesanales a escala nacional y posteriormente a nivel estado con el fin de medir la importancia de productos artesanales y analizar posibles mercados.

Dentro de este documento se explica que la implementación de un plan de exportación contribuye al incremento en el nivel de ventas de los productos artesanales, que produce la mejora de las familias en los pueblos indígenas y por tanto en el país. Se establecen también las problemáticas que enfrenta este sector actualmente, de igual forma se hace

mención de las implicaciones que lleva desarrollar una exportación y cuáles serían los mercados más adecuados para las pequeñas empresas artesanales.

Las Pymes buscan satisfacer las necesidades de los sectores menos beneficiados dentro de la población combatiendo el desempleo y generan ingresos familiares además, de representar también una alternativa para el desarrollo de los países. En México las Pymes generan el 52 % del Producto Interno Bruto y proporcionan siete de cada 10 empleos formales en el país (Secretaría de economía 2014).

El sector artesanal por sus características históricas, se encuentra clasificado dentro de las Pymes. Se conforman particularmente por familias; donde la cabeza de las empresas es el padre de familia y posteriormente integrantes de la familia, el género femenino es más representativo, el nivel educativo es bajo.

A pesar de no contar con estructuras sólidas, análisis en la toma de decisiones y estrategias de venta, entre otros aspectos; logran alcanzar metas realmente notorias, ello se debe al ingenio que surge al mejorar un producto.

Debido a la gran relevancia que tiene el sector artesanal en México y particularmente en el estado de Hidalgo, surgen dependencias como la Secretaría de desarrollo social (SEDESOL) y Fondo Nacional para el fomento de Artesanías (FONART), que surgen para satisfacer las necesidades de este sector e impulsar los productos que ellas ofrecen para su posterior comercialización, como ejemplo de ello tenemos a la Secretaría de desarrollo social (SEDESOL), que a través del programa Opciones Productivas, que brinda apoyo a un grupo de mujeres alfareras, ubicado en la localidad de Chililico municipio de Huejutla, estado de Hidalgo.

Según Hernández (2008), la actividad en el sector artesanal se remota a épocas muy antiguas donde un grupo de personas pertenecientes a cierta civilización construían objetos los cuales facilitaban la elaboración de quehaceres domésticos, algunos otros objetos eran utilizados como adornos y para uso personal.

Con la llegada de la revolución industrial, este tipo de procesos elaboradas por artesanos¹⁶⁷ de manera manual y fue sustituido por la implementación de máquinas, las cuales producían bienes para la satisfacción de la demanda de la población. Este movimiento provocó la movilización de personas hacia las grandes ciudades dejando desprotegido el sector artesanal y por lo tanto las poblaciones indígenas que quedaron alejadas del resto de la población. Y al no poder cubrir sus necesidades conservaron las artesanías para su subsistencia. De esta forma las empresas dedicadas a las artesanías dentro del contexto de - Globalización- se convierten en una alternativa válida únicamente para ciertas regiones de la población.

Las pequeñas empresas alfareras no cuentan con recursos financieros, tecnología suficiente para la comercialización de sus productos tanto en el país, como en el extranjero. La exportación cuenta con diversos rubros tales: estudio de mercado, mercadotecnia, infraestructura; es donde la figura del intermediario ingresa a través de sus diversas funciones y hacen llegar el producto hasta el consumidor final a un precio accesible y en menor tiempo. Ante estas carencias surge el intermediario, ingresa a través de sus diversas funciones haciendo llegar el producto hasta el consumidor final a un precio donde obtiene su propia ganancia.

¹⁶⁷ Artesano es un hombre o mujer que realiza actividades propias de artesanía; presenta características propias, de distinguen por su creatividad y en consecuencia es un diseñador que fomenta y promueve la cultura e idiosincrasia atravez de sus creaciones artesanales.

México y sus artesanías

El arte comienza con la aparición de las civilizaciones como la Egipcia, Griega y Romana, y surge para satisfacer las necesidades como la vestimenta, alimentación, vivienda. De esta manera las familias se especializaban en alguna actividad (agricultura, construcción y confección) que contribuyera a la mejora de la población. La sobrevivencia las civilizaciones provocó que evolucionaran y construyeran objetos más sofisticados como; herramientas para cazar, objetos que facilitaban la elaboración de quehaceres domésticos, algunos otros objetos eran utilizados como adornos y para uso personal.

En México se distinguen civilizaciones como la Maya, Azteca, Chichimeca y Olmeca, que aportaron en el virreinato telas de algodón y accesorios de oro a los Españoles.

De esta manera surgen los artesanos que dan vida a las artesanías y conservan una larga tradición que contribuye a la supervivencia de las familias indígenas. Actualmente la realización de artesanías también es ocupada como una terapia ocupacional, donde las personas con discapacidad pueden ocupar su tiempo y desarrollar habilidades.

México cuenta con una gran variedad de artesanías, varían de acuerdo a la región, pueblo, comunidad, estado, el proceso de elaboración y las técnicas utilizadas son numerosas.

Las zonas rurales han disminuido significativamente según las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Historia (INEGI) el porcentaje de zonas rurales ha disminuido en 1950, representaba poco más del 57% del total de la población del país; en 1990 era de 29 por ciento y para el 2010, esta cifra disminuyó hasta ubicarse en 22%.

La producción de artesanías representa un recurso importante para los pueblos indígenas que dependen de ella, debido a la falta de educación, capacitación para la comercialización

y visión el crecimiento de este sector es bajo, según registros del INI-CONAPO (2002), existe un total de 33, 730, 210 millones de indígenas en México, de los cuales 9, 348, 109 indígenas representan (28.7%) y se dedican a la producción artesanal adquiriendo menos de dos salarios mínimos por persona.

Los problemas a los que se enfrentan el sector artesanal son los siguientes.

- Definir una política en materia artesanal.
- Carencia de inversión.
- No existe un modelo de producción artesanal que funcione por si mismo.
- Capacitación para la comercialización.

Mapa de estados con mayor producción de artesanías



Figura 1. Estados productores de artesanías en México

Fuente: Molina -Exportación de artesanías a Alemania. II (2010).

Como se puede observar en el figura 1 los estados productores de artesanías se ubican en la zona centro del país y donde existen pueblos indígenas. Los estados con mayor producción de artesanías en la zona centro-sureste del país son: Puebla, Oaxaca, Chiapas, Veracruz y Tabasco.



Grafica 1

Fuente: Elaboración propia con datos de Bancomext (2005)

Hidalgo no se encuentra presente en este análisis ya que son varios los estados que se dedican a la alfarería, esto no significa que su relevancia sea inferior. Puebla se especializa en la Talavera, Barro negro (Oaxaca), tejidos de mimbre (Tabasco) y por último el repujado (Zacatecas). Más adelante se encuentra la descripción detallada por clasificación de cada una de las artesanías.

Clasificación de artesanías

Las artesanías son clasificadas de acuerdo a la materia prima que se utiliza para hacer las mismas. De acuerdo a Fondo Nacional para el Fomento a la Artesanía (FONART) que tiene como objetivo promover la actividad artesanal y así contribuir a la generación de un mayor ingreso familiar, a través de la utilización de nuevas tecnologías que permitan mejorar el proceso productivo.

Las artesanías son clasificadas de la siguiente manera:

1.- Alfarería y cerámica

Alfarería proviene del árabe (alfh hár), que significa trabajar con barro o la arcilla a la persona que trabaja con estos materiales se le conoce como alfarero un ejemplo es una jarra de barro.

Cerámica proviene de la misma lengua (kéramos), que significa barro y arcilla.

2.- Textiles

Esta es la práctica más utilizada en México la más famosa es el telar de cintura indígena, el telar de pedal luego con la conquista de los españoles al igual que el deshilado y bordado.

La vestimenta de los hombres es la que ha presentado más transformaciones.

3.- Madera

México ha trabajado con la madera desde épocas prehispánicas se tallaban instrumentos musicales con detalles religiosos posteriormente se utilizaron para muebles, máscaras, figuras en miniatura la técnica de producción de estos productos es idéntica en distintas regiones.

4.- Cerería

Su uso de la cera se remota a la época colonial, tuvo sus inicios en los conventos, se elaboraban frutas, juguetes, figuras.

5.- Metalistería

Los metales que se utilizan para este tipo de artesanías van desde cobre, plomo, estaño, latón y hojalata. Para la realización de artículos como cuchillos, pocillos y campanas se utilizan diversos métodos que son particulares para cada uno.

6.- Orfebrería

En esta al igual que el anterior se trabaja con metales, pero aquí únicamente se utilizan metales preciosos y semipreciosos como la plata, oro y bronce, lleva mayor dedicación, tiempo y por lo consiguiente el valor de estos productos incrementa significativamente.

7.- Joyería

Se utilizan los mismos materiales que en la Orfebrería realizando objetos de uso personal, como anillos, aretes, pulseras, cadenas entre otros. Otros de los materiales que se utilizan son la madera, conchas, cuernos de toro, textiles, diversos plásticos y el valor de estos productos varía de acuerdo a la materia prima.

8.- Fibras vegetales

Se tejen fibras obtenidas de palmas, mimbres, jonote entre otros para la obtención de canastos, tortilleros, figuras varias entre otras

9.- Cartonería y papel

El uso de estos materiales es más reciente y surge por la necesidad de reutilizar cartones y papeles que ya no sirven para formar grandes creaciones incluso muebles.

10.- Talabartería y peletería

Es un taller conformado por talabarteros que son las personas encargadas de manipular los materiales para la elaboración de muebles entre otros.

Estas son las 10 principales artesanías que se trabajan en México pero existen otras como; plumería, vidrio, concha y caracol, hueso y cuerno, huichol, lapidaria y cantería que son menos elaborados por el trabajo que estas implican y la baja comercialización debido a su elevado precio.

Artesanías en Hidalgo

Se encuentra ubicado en la zona centro del país, y es una entidad federativa con una amplia variedad de climas, pueblos y culturas y este se ha dividido en 5 regiones en función de sus elementos naturales y culturales: El valle de Mezquital, la Huasteca Hidalguense, La Sierra de Tepehua, La Sierra y la Altiplanicie Pulquera.

Características de las pequeñas empresas alfareras de chililico.

Chililico es un pueblo ubicado en el municipio de Huejutla, en la huasteca de hidalgo. Es reconocido por su producción en cerámica, de acuerdo a (Hernández 2009) las herramientas con las que cuenta para realizar la producción de artesanías es la misma que se utilizaba en la época prehispánica este fenómeno es comprobable por los hallazgos arqueológicos que se han encontrado en la región 168.

La alfarería de chililico es realizada con los recursos con los que cuenta la región, una de las materias primas que más son utilizadas es el barro que se encuentra en dos yacimientos el barro está en diferentes tonalidades; negro, rojo, café, y blanco.

¹⁶⁸ El arqueólogo Carlos Hernández Reyes (2009), investigador del Centro Regional Hidalgo del Instituto Nacional de Antropología e Historia, encontró instrumentos que hasta el día de hoy son utilizados para la realización de artesanías en chililico hidalgo.

Dentro de la materia prima utilizada para la realización de la cerámica también se encuentran; pintura comercial, leña, pinceles, mesas, moldes de metal, molde de encino blanco, estos son instrumentos de origen contemporáneo¹⁶⁹.

La ciudad de huejutla al no contar industrias dedicadas a la producción de bienes y servicios, y aprovechando la posición que tiene constituye un centro de intercambio o comúnmente conocido como mercado donde se realizan transacciones de productos agrícolas, ganaderos, artesanales entre otros. Consiguiendo grandes relaciones con los municipios vecinos además de Veracruz.

De acuerdo a Bassols Batalla (1997) huejutla, tomando en cuenta sus relaciones comerciales con otros municipios de la huasteca hidalguense, puede ser considerada como un centro con funciones comerciales desarrolladas.

Dentro de los usos de la alfarería de chililico se encuentran el almacenamiento y acarreo de agua, preparación y consumo de alimentos, para usos decorativos, para rituales como el Xantolo¹⁷⁰. La venta de productos artesanales aumenta con la celebración de estas ceremonias, debido a la mayor utilización de estos tipos de instrumentos que son colocados en los altares caseros y en las ofrendas de las tumbas que los familiares visitan en los últimos días de octubre y los primeros días de noviembre.

Desafíos del sector artesanal. Los desafíos para las empresas artesanales son preocupantes no únicamente para el sector artesanal, también son preocupantes para un país. El ejemplo más claro de ello es substituir en la época industrializada donde las maquinas que facilitan el trabajo del hombre siguen incrementando.

¹⁶⁹ No significa que sean recientes, sino que se remontan al siglo XVI, para visualizar las artesanías Ir al anexo 2.

¹⁷⁰ El Xantolo es la festividad pagano-religiosa más importante en la Huasteca Hidalguense y en muchas comunidades de la sierra.

Para Olga Correa (2011), los principales desafíos que enfrentan las empresas alfareras son:

La dificultad para conservar elementos culturales ancestrales.

- Los altos costos de la materia prima y falta de capital por parte de artesanos para proveerse.
- La presencia de intermediarios.
- Las exigencias del mercado por imponer ciertos diseños ajenos a toda tradición y contexto artesanal nacional.
- El sector artesanal tiene problemas como la población sub-ocupada del gremio que duplica al total de ocupado, y que una gran proporción de estos trabajadores

Por su parte, la actividad artesanal debe superar aspectos como la piratería y los problemas de comercialización, a fin de ofrecer productos con auténtica tradición y calidad en los diferentes mercados, lo que contribuirá al posicionamiento del sector.

Se puede afirmar que la comercialización directa de los productos artesanales daría respuesta a los problemas a los que se enfrenta el sector artesanal marcando la diferencias de los productos realizados en Chililico a comparación con los de otro estado o bien otro país.

Elaboración de un plan de exportación para productos alfareros. Para la realización de un proyecto de exportación es importante seguir una serie de pasos que permitan lograr los objetivos, según Kinneer y Taylor (2002), la exportación de productos se entiende como —la recolección, registro y análisis sistemático de información relacionada con la actividad de transferencia de bienes y/o servicios del productor al consumidor—. Esta serie de investigaciones y recolección de datos es indispensable para disminuir la probabilidad de riesgos a la hora de exportar un producto, estar seguros de que el producto será vendido en el lugar indicado y sea competitivo asimismo que la implementación en la mercadotecnia sea vista por el consumidor final. El análisis de la información ayuda a identificar oportunidades reales que brindan los distintos mercados a nivel mundial.

Para la comercialización internacional de un producto es necesario realizar un proyecto de exportación este proyecto concentra información sobre la capacidad que tienen las empresas para exportar sus productos mediante el análisis de la viabilidad económica y financiera de las empresas artesanales en este caso, analizando las ventajas de la alfarería de Chililico contra la competencia.

De igual forma contribuye el mejoramiento en la toma de decisiones para evitar que las empresas realicen una exportación sin tener elementos que permitan competir ante los mercados extranjeros.

De acuerdo con Paramo (2003) el proyecto de exportación está conformado por cinco capítulos con los que se intenta dar una visión clara de lo que es una exportación.

Estos son; análisis de la oferta exportable, análisis del mercado origen, proceso de selección de mercado meta, estrategias preliminares de acceso y por ultimo tenemos la factibilidad inicial del proyecto. Que a continuación se detallan de forma breve.

- Análisis de la oferta exportable: El producto que se exportara son productos alfareros que son elaborados por habitantes de comunidades indígenas, este tipo de productos son utilizados para uso cotidiano, adorno y obsequiados en situaciones especiales, además de ser mayormente consumidos en países desarrollados donde son pagados a un precio determinado.
- Análisis del mercado origen: Los productos artesanales son vendidos entre las comunidades cercanas y colindantes con la localidad de chililico, además de los estados colindantes como Veracruz entre otros, los productos adquiridos por el consumidor son para usos domésticos, acarreo y almacenaje de agua, de usan en celebraciones y rituales, o bien para adorno.
- Proceso de selección en el mercado meta: Se determina que países son los que importan este tipo de mercancías en mayor proporción, la compra de artesanías regularmente por países desarrollados o que dentro de ellos no se produzcan este tipo de productos, además de localizar la ubicación geográfica y la cercanía con México, esto último para disminuir los costos de logística es importante también que se analice la competencia que ventajas y desventajas se tienen ante ella. La elección del mercado meta es de suma importancia para el éxito de los productos.

- Estrategias preliminares de acceso: En este punto se examina el mercado que se pretende penetrar, la logística dentro del país, la forma en que se trasladara la mercancía, los permisos y adecuación a la legislación del país destino.

- Factibilidad inicial del proyecto: Se visualizan las utilidades que se obtendrán en un lapso determinado de tiempo, el comportamiento del mercado, cual tendrá que ser la producción de alfarería para satisfacer el mercado y determinar el incremento de ventas y utilidades obtenidas por los beneficiados.

Estas medidas te ayudaran a obtener más ganancias y que tu producto sea posicionado a nivel mundial.

Metodología de la investigación

La investigación se llevara a cabo en dos etapas:

- Primera etapa: (documental) se analizaran investigaciones que muestren la importancia del sector alfarero, y cuál es la situación de hidalgo en comparación con México. Fuentes como INEGI, INAES, FONART, BANCOMEXT, que reconocen al sector artesanal y además fueron creadas para encaminar el desarrollo de las artesanías en el País, además de la página oficial de hidalgo y diversos trabajos realizados como tesis, tesinas, artículos y entre otros.

- Segunda etapa: (investigación en campo), se recabara información directa de un grupo de mujeres pertenecientes al municipio de Chililico conocidas como —Mujeres Artesanas en Movimiento, de esta manera medir el nivel de producción, tiempos, costos de materia prima, mano de obra, calidad del producto, productos, medios de

transporte y capacidad de exportación. Por otro lado investigar el número de familias que se especializan en la producción de artesanías y proporcionarles una base para comercializar sus productos.

Resultados

Se prevé que la investigación genere una alternativa para la exportación de productos alfareros, así como una herramienta de ayuda para las pequeñas empresas de Chililico y que Hidalgo incremente la producción de estos productos y con ello se conserven características culturales para estos productos.

Es importante destacar que al término de la investigación planteada la suma de las exportaciones no incrementara y los pueblos indígenas incrementaran su nivel de vida pero con el paso del tiempo y la difusión de la información esta lograra tener resultados destacados para este sector.

Además la población que labora dentro de este sector tendrá la posibilidad de incrementar sus ganancias al no utilizar la ayuda de un tercero para la comercialización de los productos.

Dentro del breve análisis que se elaboró en páginas anteriores encontramos que México no produce demasiados productos alfareros en comparación con otros países, pero si lo comparamos con países de América latina es el principal exportador de productos alfareros, ahora bien Italia, Alemania y estados Unidos son los principales países que importan productos artesanales.

La exportación más viable es Estados Unidos, ya que Italia y Alemania se encuentran ubicados en Europa y los costos de logística, comercialización, posicionamiento del

producto duplicarían el precio y este no sería competitivo al precio que ofrecen países cercanos a este. Por otra parte Estados Unidos representa un mercado potencial de productos artesanales pues implica menos costos de logística, comercialización, almacenamiento y los productos Mexicanos se venden en mayor proporción debido a la gran cantidad de hispanos.

El papel de productos artesanales tiene una importante presencia no únicamente en México sino en el mundo, y tan solo en la localidad de chililico se estima que son aproximadamente 300 familias las que se ven beneficiadas con la producción de alfarería. A pesar de que recientemente los gobiernos han brindado atención al sector indígena, ellos no pueden cubrir la demanda total y es indispensable que la población en general se una para proponer soluciones a este problema.

La elaboración de las artesanías a mano (no industriales), genera un importante desarrollo a los pequeños artesanos y cooperativas. Además que sea una producción amigable con el medio ambiente ya que sus procesos no requieren de la utilización de máquinas que los produzcan, los materiales se encuentran cerca de la zona.

El sector artesanal genera un impacto directo en la producción de productos con valor agregado, debido a la baja complejidad tecnológica, los productos artesanales pueden ser diferenciados. Estas son algunas de las razones por las cuales se debe apoyar a las empresas dedicadas a la artesanía.

La estrategia de exportación es una herramienta factible para beneficiar a esta población, esta debe ser acompañada por un experto en la materia, que se encomendé a la realización de procesos más sofisticados como la elaboración de pedimentos, facturas, permisos entre

otros. Además de que las ganancias obtenidas por los beneficiados serán entregadas en un solo pago, con el cual las familias pueden satisfacer sus necesidades y de esta manera podrán sumarse al proyecto un mayor número de familias.

Bibliografía

- Olga Correa Miranda. Actividad artesanal. Instituto de Geografía. UNAM. Disponible en: www.igeograf.unam.mx/web/iggweb/seccionesinicio/atlas/atlas_web/efes/4_economia/Subtema_IX/E_IX.pdf
- Páramo, D. (2013). Páramo, D. (2013). ¿Cómo preparar un proyecto de exportación? Guía teórico-práctica. Barranquilla, Colombia: Ediciones Uninorte
- Carlos Hernández Reyes, "Supervivencia de instrumentos prehispánicos para la manufactura de cerámica en Chililico, Hidalgo"; en: *Cultura y sociedad*, núm. 8, año 8, tomo V.
- Victoria Hernández Ramírez, Daniel Pineda Domínguez, María Antonieta Andrade Vallejo Las mipymes artesanales como un medio de desarrollo para los grupos rurales en México *Universidad & Empresa*, núm. 21, julio-diciembre, 2011, pp. 65-9.
- Buse Thorne, Eduardo Modelo de asociatividad de cadenas productivas de PYMES alpaqueras para elevar el nivel de competitividad en el mercado internacional *Industrial Data*, vol. 15, núm. 1, enero-junio, 2012, pp. 25-3
- Páramo Morales (2013), Dagoberto *El proyecto de exportación, elemento básico de la planeación del marketing internacional Pensamiento & Gestión*, núm. 34, enero-junio.
- Fondo Nacional para el fomento de las artesanías(2014), *"Artesanías y Manualidad FONART. P.13-22*
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo social (2014), *Pobreza y Salarios*, agosto 2014 PDF P. 24-

Centro de Estudios Economicos (2011), "*Pobreza Rural en Mexico*" PDF P. 9-20

INEGI (2010), "*Volumen de crecimiento*" recuperado el 22 de sep de 2014 en la direccion <http://cuentame.inegi.org.mx>.

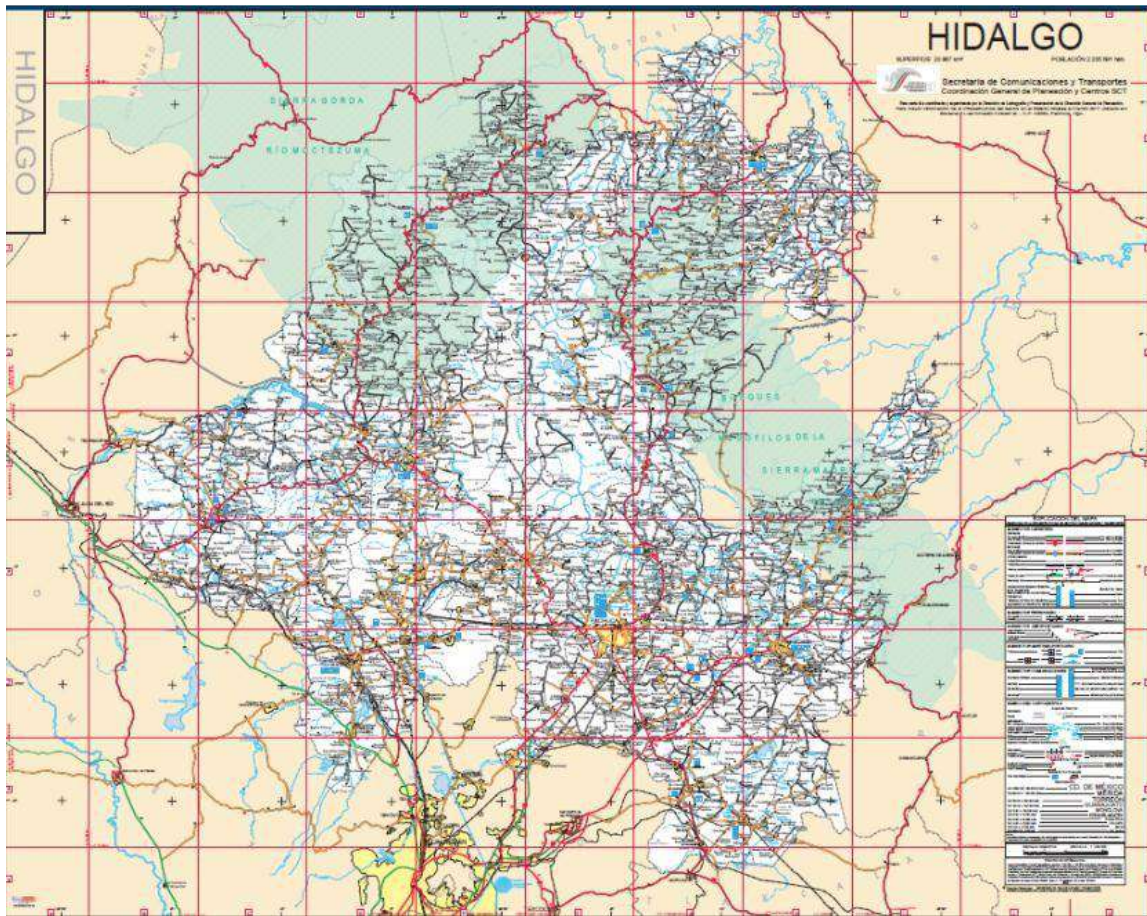
PROMEXICO (2014), "*Las artesanias mexicanas*" recuperado el 24 de septiembre de 2014 en la direccion <http://www.promexico.gob.mx>.

Artefacto (2014), "*Expendio de arte popular "Chililico Hidalgo"*" recuperado el 22 de septiembre de 2014 direccion <http://www.artefacto.com.mx>.

Gobierno del estado de Hidalgo (2014), "*La artesanía hidalguense*" recuperado el 22 de septiembre de 2014 en <http://www.hidalgo.gob.mx>

Anexos

Anexo 1. Ubicación de Chililico obtenido de gobierno del estado.



Anexo 2 Productos alfareros de Chililico obtenidas de Artefacto (2014) el día 23 de septiembre de 2014 de la página:

<http://www.artefacto.com.mx/artesania.cfm/category/chililico>

Chililico, Hidalgo



***Molcajete
Kuikatekomatl***

(33 x 17 x 25
cms) \$390.00
MXN

Chililico, Hidalgo.



***Cucharón
Rojo***

(34 x 10 x 10
cms) \$180.00
MXN

Chililico, Hidalgo.



**Portavela
Gallina Negro**
\$140.00 MXN

Chililico, Hidalgo



**Portavela
Burro Rojo**
\$190.00
MXN

Chililico, Hidalgo



**Portavela
Guajolote
Negro**
\$140.00 MXN

Chililico, Hidalgo



**Portavela
Venado
Blanco**
\$80.00 MXN

Chililico, Hidalgo



**Cafetera
Venado con
Tapa Blanco**
\$390.00 MXN

Chililico, Hidalgo



**Cafetera
Venado con
Tapa** 31 x 26
x 29 cms
\$390.00 MXN

Chililico, Hidalgo



**Candelero
Largo
Blanco** (9 x
16 x 9 cms)
\$90.00 MXN

Chililico, Hidalgo



**Candelero
Largo Rojo**
(9 x 16 x 9
cms) \$90.00
MXN

Chililico, Hidalgo



**Cenicero
Rojo** (14 x 3
x 14 cms)
\$60.00 MXN

Chililico, Hidalgo



**Olla Tricolor
con Tapa** (34
x 25 x 34
cms) \$590.00
MXN

Chililico, Hidalgo



**Tortillero
Decorado
Blanco** (20 x
7 x 20 cms)
\$150.00 MXN

Chililico, Hidalgo



**Taza Chililico
Natural**
Natural
\$80.00 MXN

Chililico, Hidalgo



**Cántaro
Cuello Largo
Mini Rojo** (5
x 7 x 5 cms)
\$50.00 MXN

Chililico, Hidalgo



**Plato Chililico
Blanco** 24 x 3
x 24 cms
\$150.00 MXN

Análisis del mercado de exportación, de prendas de vestir de mezclilla, hacia el mercado del TLCAN

Elsa Elideth Vázquez Paz

Ex alumna de la licenciatura en Comercio Exterior-Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Yolanda Sánchez Torres

Profesora investigadora licenciatura en Comercio Exterior-Universidad del Estado de Hidalgo

Resumen

Según la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (Canaive, 2013) en Estados Unidos 5 de cada 10 prendas de vestir confeccionadas en mezclilla provienen de México y sin duda se podría pensar, como lo sostienen algunos estudios en las últimas dos décadas, que ello se atribuye a los beneficios que ha representado el TLCAN para México. Sin embargo estadísticas revelan, que en cuanto a prendas de vestir de mezclilla (pantalones, short y chamarras de mezclilla para dama y caballero), de 2003 a 2013 las exportaciones pasaron de 238, 004,908 a 214,797,938 piezas, representando una disminución del -9.75% (SE, 2014). Por ello la necesidad de analizar con mayor detenimiento el comportamiento del mercado de exportación de prendas de vestir de mezclilla en el marco normativo del TLCAN que permita determinar las ventajas y estrategias que ofrece este acuerdo comercial para los exportadores de prendas de vestir de mezclilla.

Introducción

Desde el siglo XIX las prendas de vestir de mezclilla han tenido un auge en la demanda a nivel mundial, de ser prendas para trabajos rudos, a ser inclusive prendas de alta costura sofisticadas. México es un productor de tela de mezclilla con alta calidad y variedad en texturas, teniendo una alta demanda por diversos países, pero particularmente por Estados Unidos.

Domínguez (2003) realizó un estudio sobre el comportamiento de las exportaciones de prendas de vestir de México, hacia el mercado de Estados Unidos. Señala que durante el periodo de 1990-2002, México aumentó considerablemente sus exportaciones de prendas de vestir de tejido plano, en especial los pantalones de mezclilla y las camisas de algodón, gracias a los beneficios dados en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y la devaluación de 1994. Menciona que desde 2002, el principal competidor de México es China, con su entrada a la OMC, teniendo dos ventajas claves: Estados Unidos no obligaría a China a pasar por un periodo de eliminación progresiva de diez años, sino de cuatro, en las cuotas que existían y en todos los productos que se habían integrado a la fecha de su ingreso, quedando libres de cuotas y la segunda ventaja que a partir del primero de enero del 2005 se liberarían las cuotas de varios productos, entre ellos pantalones de mezclilla, teniendo los productos Chinos un mayor acceso al mercado estadounidense. Concluye que para que México siga siendo uno de los principales exportadores de prendas de vestir de mezclilla en Estados Unidos, deberá adoptar paquetes tecnológicos completos y estar en la vanguardia en la moda, aprovechando para ello su cercanía geográfica, mano de obra barata y los beneficios del TLCAN.

Vela (2004) comentó que uno de los beneficios otorgados por el TLCAN, fue la entrada de la industria de la confección, aumentando con ello la provisión de empleos no solo en la parte norte de este país, sino en otras áreas de México, aunque ello no implicó necesariamente una mejor remuneración. De igual manera se presentó una mayor dependencia hacia el extranjero, puesto que los insumos requeridos en la confección son externos, así como el capital invertido. Termina señalando que se debe apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas para que lleguen a ser exportadoras y no solo depender de corporaciones extranjeras.

Arroyo (2007), realizó un estudio de las estrategias de mercado para la competitividad del sector textil y la confección, recalando la gran importancia de implementar estrategias que aseguren la estabilidad y crecimiento de las empresas del ramo textil, que para 2001 se componía por 17,002 firmas, siendo el 78% microempresas, el 11% pequeñas empresas, el 8% medianas empresas y el 2% grandes empresas. De estas el 82% se dedicaban a la confección.

Cuautle (2006), señalaba que una gran ventaja que se tiene con Estados Unidos, en el sector textil, es la mano de obra relativamente barata. Sin embargo comparada con países como China, Bangladesh, Filipinas resulta mucho más costosa por la tipología de las empresas de confección y ensambladoras y sobre todo los esquemas de contratación que va en contra de la teoría de libre comercio, en cuanto a la mejora económica y calidad de vida. Concluye que el TLCAN sería funcional para el desarrollo de la economía mexicana, siempre y cuando se tenga el marco estructural interno eficiente.

Gazol (2014), señala que con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, no ha aumentado el comercio recíproco en el sector textil, puesto que México ha adoptado la estructura de la protección estadounidense, debido a que para Estados Unidos, México es una fuente de mano de obra económica, aunado al trato preferencial de las reglas de origen. Los beneficios los han tenido las grandes corporaciones industriales textiles que mandan confeccionar en México.

De acuerdo a la Canaive (2013) México es el segundo proveedor de tela de mezclilla y el principal proveedor de prendas de vestir de mezclilla de Estados Unidos, de ahí que 5 de cada 10 pantalones de mezclilla que se venden en Estados Unidos son de origen mexicano, representando el 48% de ventas de jeans en Estados Unidos (Rodríguez, 2013). Respondiendo ello, a una serie de factores como: la ubicación geográfica, calidad del producto, integración de la cadena productiva, así como la normatividad que ofrecen los tratados comerciales sobre las reglas de origen, quedando exentos de aranceles los productos textiles que cumplan con este requerimiento.

Los estudios anteriores coinciden en señalar que las exportaciones de la industria textil están totalmente relacionadas con la economía de Estados Unidos. De tal forma que los efectos de una recesión en su economía automáticamente generan un efecto negativo en las exportaciones. Aunado a otros factores externos que han ido cobrando relevancia en la afectación al sector textil mexicano, como son la importación de productos Chinos, Egipcios e Hindúes, entre otros países, además, el contrabando de prendas de muy bajo precio y la piratería.

Sin duda los acuerdos comerciales, representan una ventaja importante, como lo es el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), referenciada dentro del Anexo 300-B: Bienes textiles y del Vestido, en la Sección 2, que establece una eliminación gradual progresiva de bienes textiles y del vestido originario, acorde al Capítulo IV: Reglas de Origen, Artículo 401: Bienes originarios.

Se podría pensar, como lo establecen los postulados teóricos del comercio internacional, que uno de los factores que beneficia los flujos comerciales entre países, sin duda son los acuerdos comerciales, que entre ellos se establezcan. Sin embargo a pesar de la participación tan importante que tienen las prendas de vestir en el mercado estadounidense; estas han registrado una disminución del -9.75%, en promedio -1.02% anual en el periodo 2003-2013. Surgiendo la inquietud por analizar ¿cuál es el marco referencial y normativo de las exportaciones de prendas de vestir de mezclilla, dentro del mercado del TLCAN? y ¿qué estrategias se podrían plantear para un mayor aprovechamiento de este acuerdo comercial? Constituyendo la parte medular del análisis y objetivos del presente documento.

La investigación realizada para este trabajo fue de tipo documental, cuantitativa y descriptiva. Aunque también en la parte inicial se pudo apoyar con la visita a empresas relacionadas con la actividad productiva de elaboración de tela de mezclilla y prendas de vestir de mezclilla, para conocer el proceso de producción y comercialización de prendas de vestir de mezclilla, además que parte de la información vertida en este análisis es resultado del desempeño profesional como Licenciado en Comercio Exterior dentro del área de exportaciones.

En relación a la parte documental, en el presente trabajo se apoyó en fuentes documentales por instituciones como el Gobierno Municipal de Tepeji del Río, Ocampo. También de la Canaive, en Dirección de Relaciones Institucionales y Comercio Exterior. Lo anterior también se vio reforzado con la visita a algunas empresas del ramo textil, ubicadas en Tepeji del Río, en el estado de Hidalgo, por su trascendencia en prendas de vestir¹⁷¹, pero sobre todo porque es en este lugar en donde se localiza la principal empresa productora de hilado de algodón en México (Kaltex), insumo básico de la producción de tela de mezclilla.

En lo que refiere a la parte cuantitativa, se hizo un análisis estadístico descriptivo sobre el comportamiento de las exportaciones de prendas de vestir de mezclilla, dentro del marco del TLCAN.

Para lo anterior se consultaron fuentes y medios confiables como: la Secretaría de Economía (SE), Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), Organismo Mundial del Comercio (OMC), Banco Nacional del Comercio Exterior, S.N.C. (BANCOMEXT), y Leyes Federales como: Ley de Comercio Exterior y Ley Aduanera.

¹⁷¹Al igual que Tepeji del Río, en el estado de Hidalgo se cuenta con otro centro textil muy importante como lo es el de la región de Tulancingo. A nivel nacional se suman los ubicados en Chiconcuac y la Guadalupe en el Estado de México, San Martín Texmelucan en Puebla y Moroleón en el estado de Guanajuato.

Desarrollo de la investigación

La Historia del denim o tela de mezclilla, tiene sus orígenes en Europa, en la edad Media, por el sur de Francia, entre Alés y Nimes. Esta última dedicada a la industria textil, específicamente del algodón, de ahí el nombre de denim como tejido de mezclilla. Por otro lado, los jeans, prendas confeccionadas con tela de mezclilla, se remonta a la historia de que los genoveses, quienes fueron los que llevaron este tejido en forma de pantalones, de ahí el nombre de Jean=De Genoa (Génova), Gênes en francés. Posteriormente la tela de mezclilla obtuvo mucha popularidad, al ser una tela de alta durabilidad y resistencia, al principio se utilizaba solo para realizar lonas, velas de barcos y toldos de campaña Velarde, Olivia (2012).

El inicio de la elaboración de prendas de vestir de mezclilla en América comenzó cuando en 1853 un comerciante llamado Levi Strauss, nacido en Baviera, emigro a San Francisco cuando estaba la Fiebre del oro, para iniciar un negocio donde vendía ropa, botas y otros artículos a pequeñas tiendas del oeste de Estados Unidos. Con el tiempo Levi observo la vida de los mineros, percatándose de la necesidad que tenían con respecto a su ropa de trabajo, necesitando de algo para uso rudo y resistente, fue ahí cuando Levi comenzó a vender los pantalones y overoles de tela de mezclilla junto con Jacob Davis en 1872, un sastre de Nevada, creando junto con Levi ropa reforzada con remaches (Levi Strauss & CO. 2014).

Para la década de los cuarentas, la mezclilla que se utilizó era similar a la de ahora, con la diferencia que en esta época el 90% era pre-lavada y que ahora se tiene una gran variedad de colores en la mezclilla con diseños muy sofisticados que hacen de estas prendas de vestir un mercado cotizado y demandado.

El proceso de producción de prendas de vestir de mezclilla

La creación de una prenda de vestir de mezclilla, es un proceso largo que involucra una serie de pasos o eslabones, descritos a continuación que permiten identificar la trascendencia que tiene para México la fabricación de prendas de vestir de mezclilla.

Algodón-Hilo

Este proceso comienza con la obtención de la materia prima en los campos de cultivo de algodón, estas pacas se obtienen regularmente la mayoría del país vecino que es Estados Unidos y de los Estados del Norte y Noroeste de México que son los productores de algodón como son la Comarca Lagunera, Tamaulipas, Durango, Chihuahua, Baja California, Sinaloa.

Estas pacas, se trasladan a las industrias textiles del país, que producen tela de mezclilla. Dentro de la empresa estas pacas son almacenadas para ser llevadas posteriormente a una máquina de secado y para retirar la humedad que puedan traer, entrando al proceso de cardas.

Teniendo el algodón totalmente limpio, el siguiente proceso es peinado, en donde hay una especie de rollo con aspas donde se desenreda la fibra, se peina y se estira para después torcerse ligeramente y fabricar el hilo que se enrolla de diferentes grosores y especificaciones, pasando al teñido en función del color y la fibra a procesar¹⁷².

Cabe mencionar que en México, pocas empresas realizan el proceso completo de producción, generalmente en el caso de Estados Unidos manda el hilo que se produce en

¹⁷² Información obtenida directamente de una empresa dedicada a la producción de hilo y tela de algodón y por confidencialidad se omite el nombre.

aquella región. En el lugar de campo donde se obtuvo esta información, comentaron que era económico y con una logística más ágil el algodón estadounidense.

Hilo-Tela de mezclilla

En el proceso de tejido, se ocupa una maquinaria que utiliza unas balas, a una velocidad extremadamente rápida, para el intercalado de hilos y obtener finalmente los enormes rollos de tela. En especial la mezclilla utiliza un tejido más grueso, este puede ser 100% algodón o combinarse en 97% algodón 3% spandex, de igual forma 80% algodón, 18% poliéster y 3% spandex, puede tener variaciones en las composiciones pero finalmente el porcentaje más alto será siempre el algodón.

De acuerdo al modelo de la prenda es como se escogerá el tipo de mezclilla que será ocupada para su hechura, pues una mezclilla estirada necesitará un tipo de construcción distinta que la mezclilla que no se estira. Es importante mencionar que en ocasiones la tela de mezclilla es importada de los países a los que México forma parte en el TLCAN, siendo solamente confeccionada en México.

Tela de mezclilla-Confección

Teniendo la tela de mezclilla requerida se pasa al departamento de corte, ahí se manejan modelos o patrones para realizar el corte de cada una de las partes para formar la prenda final.

Según Profeco (2002), los pantalones de mezclilla básicos de cinco bolsas se clasifican de acuerdo con el corte en Slim fit (corte ajustado), regular fit (corte recto) relaxed fit (corte semiample) y loose fit (corte amplio); además existe el baggy (corte amplio abolsado).

Obtenidos los cortes pasan al departamento de costura en donde los trabajadores los unen y cosen en máquinas industriales increíblemente rápidas pues una de ellas puede hacer cientos de costuras en un tiempo muy reducido, así que los empleados deben ser altamente capaces de evitar una lesión en su rapidez. Ya cocida la prenda completamente y colocados los botones, remaches y cierres, pasa a un lavado donde se baña en aceite derivado de parafina para suavizarla y lubricarla, posteriormente se sumerge en mezcla de sosa caustica y fijadores de color que le dan un efecto de desgaste de tela.

Se continua lavando y enjuagando con piedras pómez una y otra vez con el fin de lograr la apariencia de los diseñadores.

Cabe mencionar un tipo de acabado llamado stanwashed y secado, este es el acabado con mayor apariencia de desgaste y se hace manualmente fregándolo con polvos de sílice y pergamato de potasio (como observación esto ocasiona a los trabajadores silicosis, enfermedad pulmonar irreversible).

Posteriormente pasa al área de secado, para ello se usan hornos que alcanzan temperaturas mayores a 40° y expiden un humo toxico.¹⁷³

Confección-Etiquetado

Después de este proceso se pasa a una máquina de planchado para poder pasar al área de etiquetado y de ahí al área de acabado donde los doblan y empacan en cajas las cuales tienen que estar enumeradas en orden cronológico para que posteriormente salgan al mercado, bien sea nacional o internacional.

¹⁷³ Datos proporcionados por trabajadores de empresa productora de prendas de vestir de mezclilla.

La Codificación arancelaria

Al hablar del proceso de comercialización a nivel internacional, se hace necesario antes de comenzar el análisis sobre el comportamiento de las exportaciones del sector textil en el mercado del TLCAN, determinar la codificación arancelaria en el que se fundamenta, así como para la obtención de información certera en medios confiables y estadísticas actualizadas.

A continuación se proporciona la fracción arancelaria de cada una de las prendas de mezclilla de vestir de tela de mezclilla azul, que forman parte de este estudio.

Evolución de la fracción arancelaria 52094201(Tela de mezclilla).

Capítulo: 52: Algodón.

Partida: 5209: Tejidos de algodón con un contenido de algodón superior o igual al 85% en peso, de peso superior a 200 g/m². - Con hilados de distintos colores:

Subpartida: 5209.42 -- Tejidos de mezclilla ("denim").

Fracción: 5209.42.01

Evolución de la fracción arancelaria 62046201(Pantalones y short de mezclilla para dama)

Capítulo: 62: Prendas y complementos de vestir excepto los de punto.

Partida: 6204: Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o "shorts" (excepto de baño), para mujeres o niñas.

- Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o "shorts":

Subpartida: 6204.62 -- de algodón.

***Fracción:* 6204.62.01: Pantalones y pantalones cortos.**

Evolución de la fracción arancelaria 62034299 (Pantalones y shorts de mezclilla para caballeros).

Capítulo: 62: Prendas y complementos de vestir excepto los de punto.

Partida: 6203: Trajes (ambos o ternos), conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o shorts (excepto de baño), para hombres o niños.

- Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o "shorts":

Subpartida: 6203.42 -- de algodón.

***Fracción:* 6203.42.99: Los demás.**

Evolución de la fracción arancelaria 62029299 (Chamarras de mezclilla para dama)

Capítulo: 62: Prendas y complementos de vestir excepto los de punto.

Partida: 6202: Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para mujeres o niñas, excepto los artículos de la partida 62.04. - Los demás:

Subpartida: 6202.92-- de algodón.

Fracción: 6202.92.99: Los demás.

Evolución de la fracción arancelaria 62019299 (Chamarras de mezclilla para caballero)

Capítulo: 62: Prendas y complementos de vestir excepto los de punto.

Partida: 6201: Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para hombres o niños, excepto los artículos de la partida 62.03. - Los demás:

Subpartida: 6201.92 -- de algodón.

Fracción: 6201.92.99: Los demás.

Normatividad

La parte normativa juega un papel muy importante dentro del análisis de este estudio, por lo que se señalan a continuación los apartados del TLCAN que hace referencia a este aspecto, en cuanto a la tela y prendas de mezclilla (SE, 2014).

De acuerdo al Anexo 300-B, el cual trata sobre Bienes Textiles y del Vestido, en la Sección 1, donde se refiere al ámbito de aplicación. Se tiene que este anexo se aplica a los bienes

textiles y del vestido comprendido en el Apéndice 1.1, en el referente de los acuerdos de los siguientes capítulos:

Capítulo 52. Algodón.

5209.42 Tejidos de algodón con un contenido de algodón superior o igual a 85% en peso, de gramaje superior a 200 g/m², con hilos de distintos colores, tejidos de mezclilla (denim).

Capítulo 62. Prendas y complementos de vestir no de punto.

6204.62 Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos, de algodón

6203.42 Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos, de algodón

6202.92 Los demás, de algodón

Los demás de algodón

Según la Sección 2, la cual habla de la Eliminación de los aranceles, menciona la eliminación progresiva de los aranceles de acuerdo al Anexo 302.2 en el Apéndice 2.1, en la parte —B| habla del Comercio de México con Estados Unidos, mientras el —C| se refiere al Comercio de México con Canadá. Ahí se mencionan los diferentes tipos de desgravación arancelaria, para ello se extrajo la siguiente información del Diario Oficial de la Federación (1993).

Lunes 20 de Diciembre de 1993 Diario Oficial

		TASA BASE	EUA	CANADA
5209.42.01	Tejidos de mezclilla ("denim").	15	A	A
6204.62.01	Pantalones y pantalones cortos.	20	B6	C
6203.42.99	Los demás.	20	B6	C
6202.92.99	Los demás.	20	B6	C
6201.92.99	Los demás.	20	B6	C

Esto indica que en Estados Unidos de América, la tela de mezclilla azul tiene la categoría de desgravación A, según datos del formato del TLCAN, en el Apéndice 2.1, en el apartado —B| inciso (a), el cual nos dice que los aranceles sobre estos bienes textiles y del vestido, se eliminaron por completo y estos bienes quedaron exentos del arancel el 01 de enero de 1994.

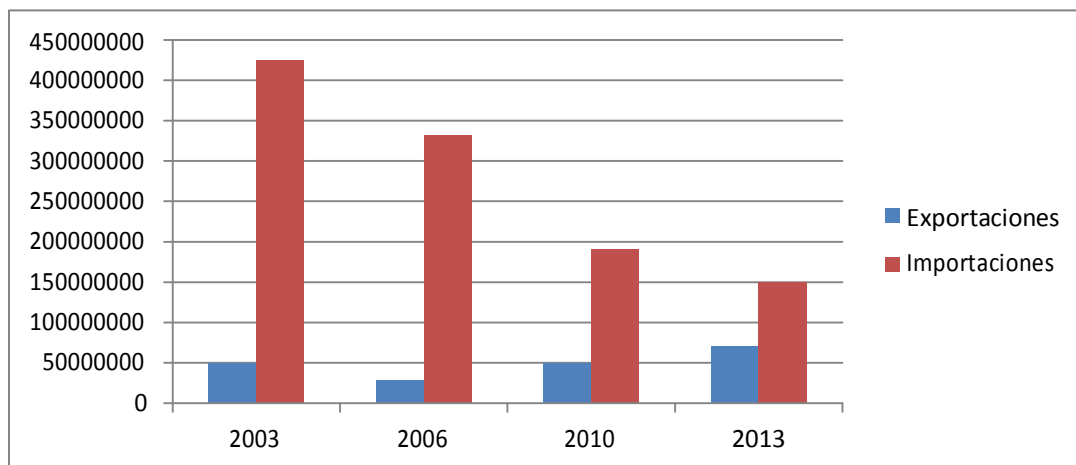
Las prendas de vestir de mezclilla como son Pantalón y short para Caballero, Pantalón y Short para Dama, Chamarras para Dama y Chamarras para Caballero, que vienen dentro del Apéndice 2.1, apartado —B|, inciso (b) tienen la categoría de desgravación B6, la cual indica que los aranceles se reducirán el 01 de enero de 1994 en una cantidad igual, en términos porcentuales, a las tasas base, para después eliminarse en 5 etapas anuales iguales, a partir del 01 de enero de 1995 y estos bienes quedaron exentos de arancel desde el 01 de enero de 1999.

En relación a Canadá. La Tela de Mezclilla azul, se encuentra con una categoría de desgravación A; esto es, que dentro del Apéndice 2.1 en el apartado —C| donde menciona el Comercio de México con Canadá en el inciso (a), se señala que los aranceles se eliminarán por completo el 01 de enero de 1994.

En tanto a las prendas de vestir, como son los Pantalón y short para Caballero, Pantalón y Short para Dama, Chamarras para Dama y Chamarras para Caballero, se encuentran en la categoría de desgravación C, la cual se encuentra en el Apéndice 2.1 en el apartado —C| en el inciso (d), donde nos dice que los aranceles se eliminarían en 10 etapas anuales iguales a partir del 01 de enero de 1994, y tales bienes quedaron exentos de arancel el 01 de enero de 2003.

Análisis del comportamiento de las exportaciones de prendas de vestir de mezclilla

Los datos estadísticos, fueron otra fuente de información sustancial para el análisis de este trabajo. Por lo que a continuación se analizarán algunas estadísticas a través de sus gráficas. En primera estancia se presentan algunos datos referentes a la tela de mezclilla, y posteriormente de cada una de las prendas de vestir de mezclilla, objeto de estudio.



Grafica 1. Exportaciones e Importaciones de tela de mezclilla en México: fracción arancelaria 52094201 (dólares). 2003-2013

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de SE (2014) en <http://www.economia-snci.gob.mx/>

A continuación se da a conocer un análisis, de acuerdo a datos estadísticos proporcionados por la SE (2013). Por medio de gráficos, de exportaciones e importaciones. Cabe señalar la importancia de este dato, puesto que es el insumo para la confección de prendas de vestir.

En la Grafica 1, se puede apreciar que las exportaciones de México en tela de mezclilla azul (porcentaje mayor al 85% de algodón con fracción arancelaria 52094201) tela de mezclilla presenta un mayor déficit en el año 2006. Coincidiendo la entrada de China a Estados Unidos en el año 2005, al tener una tasa de entrada del 0% en productos textiles. Sin

embargo, para los últimos años, se observa una recuperación del crecimiento en las exportaciones, con una tasa de crecimiento de 41.72% respecto al año 2003. Cabe mencionar que el principal destino de exportaciones de tela de mezclilla de México, fue Nicaragua con 22, 350,999 dólares, mientras que el principal país del cual se importó fue Estados Unidos con 138, 579,517 dólares.

Tabla 1. Exportaciones e importaciones de México de tela de mezclilla (fracción arancelaria 52094201). (Valor en dólares y volumen en metros cuadrados). 2013.

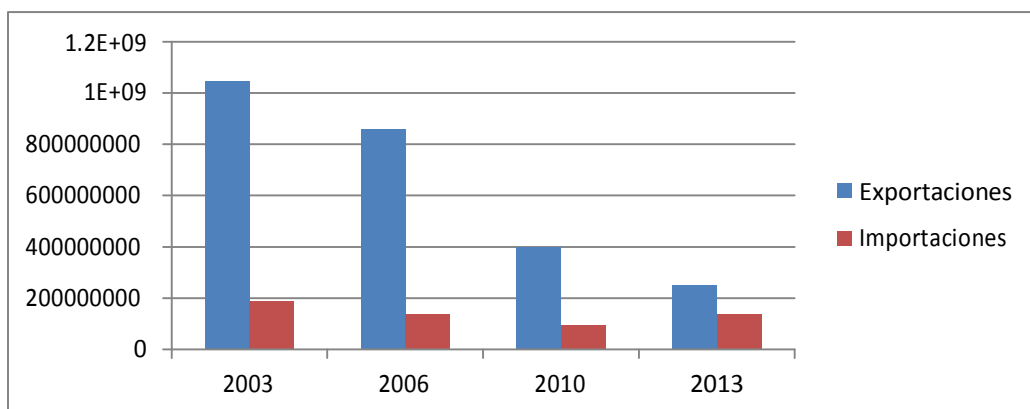
Estados Unidos	Volumen	Valor	Porcentaje
Exportaciones	5,678,527	12,852,588	18.37%
Importaciones	55,254,267	138,507,114	92.21%
Canadá	Volumen	Valor	Porcentaje
Exportaciones	2,260	6,194	0.008%

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de SE (2014) en <http://www.economia-snci.gob.mx/>

Como se puede observar en la Tabla 1, las importaciones de México de tela de mezclilla desde Estados Unidos fueron superiores a lo que se exporta, mientras que con Canadá sólo hay una actividad exportadora prácticamente insignificante.

En la Grafica 2, se muestra las exportaciones e importaciones de México en pantalones y shorts de mezclilla para dama. En esta se muestra como las exportaciones superan a las importaciones, teniendo una balanza comercial superavitaria, aunque cada vez menor en este rubro. El principal país al que se exportaron pantalones y shorts para dama en 2013 fue Estados Unidos, con 234, 249,758 dólares (93.56% de las exportaciones torales), mientras

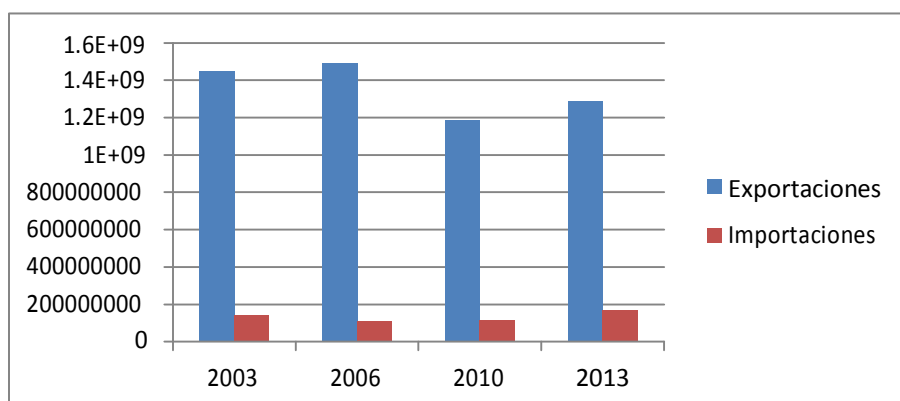
que a Canadá tan sólo fue del 2.64%. Respecto a las importaciones de México en estos productos tuvieron como origen China con un monto de 34, 299,911 dólares.



Grafica 2. Exportaciones e Importaciones de México de pantalones y shorts de mezclilla para dama en México: fracción arancelaria 62046201 (dólares). 2013-2013.

Fuente: Elaboración propia con base a información de la SE (2014) en <http://www.economia-snci.gob.mx/>

En la Grafica 3, se muestran las exportaciones e importaciones de pantalón y short de mezclilla para caballero. Manteniendo una balanza superavitaria, en el periodo de análisis, puesto que las exportaciones superan significativamente a las importaciones en este rubro. El principal país al que se exportó en 2013 fue Estados Unidos con un 95.62% (1,232,260,326 dólares), mientras que a Canadá fue del 0.56%.



Grafica 3. Exportaciones e Importaciones de México de pantalones y shorts de mezclilla para caballero: fracción arancelaria 62034299 (dólares). 2003-2013.

Fuente: Elaboración propia con base a información de la SE (2014) en <http://www.economia-snci.gob.mx/>

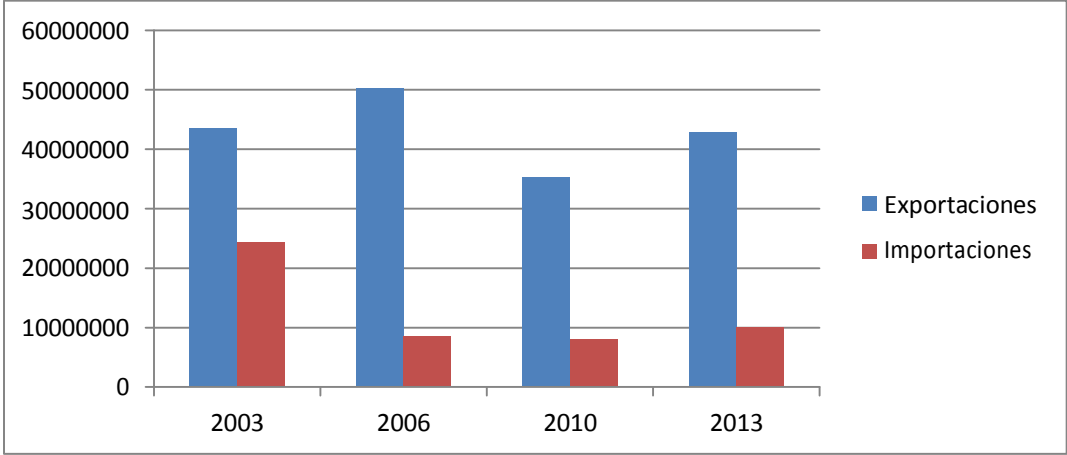
La balanza comercial para chamarras de mezclilla para dama del año 2003 al 2010, registró un constante déficit, sin embargo para 2013, esta situación se invierte, al aumentar las exportaciones un 29.99%. El principal país que se le exporto en el 2013 (Cuadro 2) fue a Estados Unidos con 6, 636,654 dólares (Tabla 2), mientras que el principal país del cual se importó fue China con 3, 191,849 dólares.

Tabla 2. Exportaciones e importaciones de México de chamarras de Mezclilla para dama: fracción arancelaria 62029299. (Valor en dólares y volumen en piezas). 2013.

Estados Unidos	Volumen	Valor	Porcentaje
Exportaciones	295,542	6,636,654	85.24%
Importaciones	2,916	34,149	0.48%
Canadá	Volumen	Valor	Porcentaje
Exportaciones	27,286	696,040	8.94%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de SE (2014) en <http://www.economia-snci.gob.mx/>

El comportamiento de las exportaciones e importaciones de chamarras de mezclilla para caballero se muestran en la Grafica 4. Respecto a las exportaciones registraron un aumento en los años 2004-2005 (19.01%), mientras que para 2009-2010 disminuyeron un -39.25%. Por su parte las importaciones disminuyeron en 2006 (-24.63) y 2013 (-10.54%).



Grafica 5. Exportaciones e Importaciones de México de chamarras de mezclilla para caballero en México: fracción arancelaria 62019299 (dólares). 2003-2013.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de SE (2014) en <http://www.economia-snci.gob.mx/>

El principal país al que México exportó en el año 2013, chamarras de mezclilla para caballero fue Estados Unidos con un 94.72% del total de las exportaciones (Tabla 3). Mientras que el principal punto de importación para México fue desde China con 4,939,425 dólares, esto es, casi la mitad de todas las importaciones (49.07%) para este año.

Tabla 3. Exportaciones e importaciones de México de chamarras de Mezclilla para caballero: fracción arancelaria 62019299 (Valor en dólares y volumen en piezas). 2013.

Estados Unidos	Volumen	Valor	Porcentaje
Exportaciones	1,558,604	40,597,220	94.72%
Importaciones	3,373	77,554	0.77%
Canadá	Volumen	Valor	Porcentaje
Exportaciones	4,661	136,614	1.35%

Fuente: Elaboración propia con base a datos obtenidos de SE (2014) en <http://www.economia-snci.gob.mx/>

Si bien es cierto que estadísticamente se pueden visualizar una serie de retos que enfrenta el sector textil de prendas de vestir en México en el mercado internacional. Existen también otros factores externos que han incidido negativamente en este dinamismo como lo es el referente a las prácticas desleales e ilegales de comercio por parte de países asiáticos, en especial China, como dumping, subfacturación, piratería, contrabando y triangulación de mercancía. El gobierno no ha podido realizar acciones eficaces, dado por la corrupción existente. Ocasionando que talleres mexicanos de confección de prendas de vestir de mezclilla, cierran por no poder competir con los precios muy bajos de productos chinos. Esta es la problemática en lo referente al contexto nacional. Dentro del internacional, México ha perdido mercado en países de Norteamérica debido a la entrada de China en el 2005 y los beneficios de los acuerdos multilaterales como el multifibras, con tasa cero en prendas de vestir hacia el mercado estadounidense.

Conclusiones

El análisis realizado, permitió obtener información veraz y valiosa para poder dar respuesta a las incógnitas planteadas en esta investigación.

Dentro del marco referencial, se encontró que China es un competidor muy fuerte, en el sector textil, específicamente en la exportación de prendas de vestir en general, seguido por Hong Kong y Bangladesh, debido al bajo costo de la tipología de mano de obra y su producción a escala. Siendo la Unión Europea y Estado Unidos los principales importadores mundiales de prendas de vestir en general.

En prendas de vestir de mezclilla, China y Bangladesh, forman parte de los principales países exportadores, teniendo como destino Estados Unidos y Canadá, así como del propio México, en los últimos años, atribuible a los dos factores antes mencionados, pero también al Acuerdo Comercial que firma Estados Unidos con China, en 2005, en donde ingresan productos textiles con tasa cero, quedando libres de aranceles.

El principal país al que exporta prendas de mezclilla (pantalones y shorts de mezclilla para dama, pantalones y shorts de mezclilla para caballero, chamarras de mezclilla para dama y chamarras de mezclilla para caballero) México, es Estados Unidos, en promedio 92.28%. Contrario a lo que sucede con Canadá en donde se tiene una participación de apenas el 3.37%.

Las restricciones a las que se encuentran sujetas, las prendas de vestir de mezclilla dentro del TLCAN, de acuerdo al Anexo 300-B. En la sección 2 se habla de la eliminación arancelaria progresiva de acuerdo al anexo 302.2. Sin embargo dicha exención de aranceles se dará siempre y cuando el producto cumpla con las reglas de origen, es decir que los

insumos sean incorporados por algunas de las partes que componen dicho Tratado. De esta forma se goza del beneficio que otorga el TLCAN, evitando el pago de aranceles. Pero también se aumenta las importaciones de insumos, desplazando a la industria nacional en los otros eslabones de la cadena productiva de prendas de vestir.

Un acuerdo comercial sin duda debe de traer beneficios para las partes que lo firman, como el caso del TLCAN para México. Una de las estrategias para las empresas exportadoras de prendas de vestir de mezclilla, sería la adopción de un modelo vertical de producción, es decir, desde la propia producción de algodón como materia prima, hasta la confección de la prenda de vestir de mezclilla, teniendo una mayor ganancia en el proceso y poder llegar al mercado meta con un precio más competitivo.

De igual manera de debe invertir en la especialización y tecnología, así como en la realización de propios diseños novedosos que permitan la competitividad del sector a nivel internacional y les permita recuperar el mercado nacional, que día a día se pierde frente a la entrada legal e ilegal de productos textiles provenientes de otros países como China, Corea, la India, Bangladesh, entre otros.

De acuerdo a Arroyo (2004), en el país existe un 78% de microempresas, del sector textil. Estas no teniendo la capacidad productiva demandada por un mercado tan fuerte como Estados Unidos. Sin embargo, una estrategia que podrían adoptar sería agruparse para la comercialización de prendas de vestir de mezclilla, siendo de esta forma atendida la demanda para estos mercados, de igual manera aliarse con alguna empresa textil de América del Norte y tener la inversión de ambos capitales.

México, es un país exportador de confecciones, pues del total de empresas textiles el 82% se dedican a esta actividad, debido a la mano de obra barata y calificada, así como la ventaja de la ubicación geográfica y el aprovechamiento de las reglas de origen del TLCAN, por lo que deben establecerse estrategias muy concretas que permitan al sector de la confección de prendas de vestir, especialmente de mezclilla, recuperar su competitividad dentro y fuera del país frente a países como China y Bangladesh, aprovechando los acuerdos comerciales que en la actualidad tienen, permitiendo explotar esta área textil.

Bibliografía

- Arroyo, Dulce Maria, (2007) *Segmentacion del Mercado de Microempresas del Estado de Puebla para el Instituto Poblano para la Productividad Competitiva*. Universidad de las Americas. Puebla, Mexico. Recuperado de [Catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/Ini/arroyo_g_dm/](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/Ini/arroyo_g_dm/) (fecha de consulta 20 de junio de 2014).
- Cuautle, J. (2006) *El TLCAN, una herramienta económica desaprovechada por México: Hacia un mejor proyecto de desarrollo económico*. Tesis Licenciatura. Universidad de las Américas Puebla. Recuperado de <http://catarina.udlap.mx/> (fecha de consulta 23 de junio de 2014)
- Domínguez, Simón Nadima, (2003) *Competencia de las prendas de vestir mexicanas en el mercado de Estados Unidos*. Universidad Autónoma de México. Recuperado de contaduriayadministracionunam.mx/ (fecha de consulta 21 de febrero de 2014).
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), (2014) *Exportaciones. Países por producto básico*. Recuperado de <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>(fecha de consulta 27 de febrero de 2014).
- Gazol, Antonio, (2004) *Diez años del TLCAN: una visión al futuro*. Universidad Autónoma de México, México, D.F. Recuperado de <http://www.economia.unam.mx/directorio/agazol.pdf> (fecha de consulta 06 de marzo del 2014).
- Levi Strauss & Co. (2014) —Levi's nuestra empresa. Historia y legado. Recuperado de http://www.levi.com/ES/es_ES/about/history-heritage (fecha de consulta 15 de marzo de 2014).

- Cámara de Diputados (2013) Ley Aduanera: Capítulo VI. *Elaboración transformación o reparación en recinto fiscalizado*. Artículo 135 (p.80). Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12.pdf>. (Fecha de consulta 16 de mayo de 2014).
- Organización Mundial del Comercio (OMC), (2014) *GATT Artículo XXIV*. Recuperación de http://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/regatt_s.htm (fecha de consulta 11 de junio de 2014).
- Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), (2002) Revista del Consumidor No. 302, Abril 2002.(fecha de consulta 13 de mayo de 2014).
- Rodríguez, Ivet. (2013), -5 de cada 10 jeans que se venden a Estados Unidos son mexicanos: También es el segundo proveedor de tela de mezclilla para el mercado estadounidense. Canaive Noticias. Recuperado de <http://www.manufactura.mx/industria/2013/05/24/5-de-cada-10-jeans-que-se-venden-en-eu-son-mexicanos>. (Fecha de consulta 02 de febrero de 2014).
- Secretaría de Economía (SE), (2014a) *Tratado de Libre Comercio de América del Norte*. (Capítulo IV, Artículo 401). Recuperado de <http://www.economia.gob.mx/> y <http://www.sice.oas.org>. (Fecha de consulta 05 de febrero de 2014). (2014b), *Sistema de información arancelaria vía internet*. Recuperado de <http://www.economia-snci.gob.mx/>(fecha de consulta 24 de abril de 2014)
- Suárez, Vela. (2004), *La industria maquiladora del vestido y el TLCAN en la región de Cholula*. Tesis para licenciatura. Universidad de las Américas Puebla. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/vela_s_jc/ (fecha de consulta 19 de mayo de 2014)
- Velarde, Olivia (2012), *Historia del denim*. Universidad de Palermo. Argentina. Recuperado de fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/imagenes/trabajos/7236_23645.pdf (fecha de consulta 20 de marzo de 2014).

La Seguridad Nacional y el Comercio Ilícito

Mercados ilegales y "captura" del estado mexicano

Mario Cruz Cruz

María Soledad Espinoza Lozano

Comercio Exterior-ICEA/Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Introducción

Los homicidios relacionados con delitos del fuero federal ocurridos en nuestro país en los últimos años han ocupado las primeras planas de los diarios nacionales e internacionales, los cuales han documentado las miles de muertes y los modos de ejercer la violencia por parte de los grupos de delincuencia organizada. Sumado a este deprimente escenario, los indicadores de corrupción y de acceso a la información pública califican negativamente a las corporaciones de seguridad y procuración de justicia.

Violencia y corrupción parece ser la mejor definición del —México capturado‖ por el delito y la prebenda, del que todos saben porque directa o indirectamente han padecido sus consecuencias, pero que muchos insisten en desestimar esta realidad.

Construcción de la percepción de inseguridad: el preámbulo de la captura del estado

La percepción sobre inseguridad en México registrada por la ENVIPE 2013 al momento de la encuesta (marzo-abril 2013) llegó a una cifra record del 72.3%, muy a pesar de que hubo un subregistro del delito debido a que en la mayoría de eventos (92.1%) no se levantó

ninguna averiguación previa¹⁷⁴. Es decir, lo que le preocupa más a los mexicanos de 18 años y más es la inseguridad y la delincuencia (57.8%), seguido del desempleo (46.5%) y la pobreza (33.7%).

El hecho de que esa —cifra negra del delito‖ sea del 92% implica que la gente no denuncia porque no confía en sus autoridades y, además, que la comisión de los delitos es mucho mayor que lo que las cifras oficiales indican.

Simultáneo al incremento de la percepción de inseguridad, se han generado cuantiosas pérdidas económicas en distintos niveles. Esta variable es muy importante para todo agente económico que pretende invertir o comerciar en las regiones asoladas por la violencia y el delito.

Según el índice de Paz México (2013), elaborado por *el Institute for Economics and Peace* el impacto económico total de la violencia en México se estima en 4.4 billones de pesos (USD 333,000 millones) por año, cantidad que representa 27.7% del PIB nacional.

Por su parte la ENVIPE 2013 estiman que para el 2012 como resultado de la inseguridad y el delito en los hogares mexicanos se perdieron 215.2 mil millones de pesos, es decir el 1.34% del PIB, lo que equivale a 5, 953 pesos por persona afectada.

Este aumento de la incidencia del delito en el país ocasiona una mayor interacción entre la víctima y las instituciones del Estado responsables de resarcir el daño, lo que ha evidenciado serias falencias de las corporaciones responsables de la prevención y combate de la delincuencia en nuestro país. Es decir, el mexicano además de sentirse inseguro

¹⁷⁴La ENVIPE 2012 registró en ese año que la percepción de inseguridad de los mexicanos fue del 66.6%, es decir hubo un incremento en el 2012 de cerca del 6%.

también desconfía o percibe como corruptas a las corporaciones encargadas de resarcir el daño.

Respecto a la percepción de corrupción de las autoridades a cargo de la seguridad pública, seguridad nacional, procuración e impartición de justicia entre la población de 18 años y más la ENVIPE 2013 concluye que para los ciudadanos las tres instituciones más corruptas en México son, la Policía de Tránsito (77.8%), la Policía Preventiva Municipal (67.9) y el Ministerio Público (65%).

En suma, la percepción de inseguridad afecta negativamente a la sociedad mexicana en varios niveles: en lo económico (producción, inversión y comercio), en la estructura psicológica de la ciudadanía (equivalente a una sociedad con miedo) y, desde luego, en el grado de aceptación de las instituciones responsables de la seguridad y la procuración de justicia (una sociedad que desconfía de la autoridad). Es decir, la población percibe que estamos frente a instituciones involucradas con el delito y/o que además han sido incapaces de hacerle frente porque han sido —carcomidas‖ por las organizaciones delictivas.

Pero, ¿quién o quiénes son los responsables de construir esa percepción de inseguridad? Para aproximarnos a una posible respuesta a esta interrogante, este artículo explora cómo el incremento de la violencia y, en consecuencia, la percepción de inseguridad de los mexicanos está asociada al fuerte dinamismo de los grupos de delincuencia dedicados al comercio ilícito de armas y al tráfico de drogas ilegales, dos de los mercados ilícitos que mayor aportación hacen a la *renta criminal*.

¿Captura del estado Mexicano? Aproximaciones conceptuales

En México los mercados ilícitos en últimas fechas han tenido un auge insospechado, lo que ha ocasionado múltiples transformaciones en el ámbito social, económico y territorial. Particularmente, el tráfico de armas y de drogas contribuye enormemente en el fortaleciendo de la cultura del miedo y la violencia en poblaciones enteras que se encuentran inmersas en el fuego cruzado de los grupos delictivos que se disputan las rutas donde distribuyen estas y otras mercancías ilegales.

Estas actividades sólo son posibles por la debilidad de las instituciones estatales para combatirlo o, en el peor de los casos, por su connivencia con el delito, que distintos analistas han definido como la captura del Estado, la cual no sólo se concentra en cuestiones económicas. Es decir, es una situación en la que grupos y empresas legales buscan retribuciones económicas mediante sobornos y dádivas. Desde la perspectiva de Garay y Salcedo (2008), la captura del Estado va más allá del ámbito económico, sino que abarca cuestiones de tipo político, social e incluso moral.

Pero, ¿Quién captura al Estado? y ¿cuáles son los medios? En la perspectiva de Garay y Salcedo (2008) —los primeros estudios e investigaciones acerca del fenómeno, adelantados por el Banco Mundial, se concentraron en las prácticas de captura desarrolladas por empresas en países en transición, la definición propuesta por Hellman et al. (2000) tienen en cuenta la posibilidad de que las empresas no sean los únicos entes privados con capacidad e interés capturar al Estado, sino que grupos de interés de diversa índole, incluyendo organizaciones ilegales.

Desde nuestra perspectiva, un Estado capturado debe de reunir condiciones previas para estar en ese estatus; la exhibición del terror y la violencia extrema es una de ellas. El delito, además de tener en su centro de interés la producción de ganancias, también crea lenguajes, códigos y saberes que les permite disciplinar no solo a sus competidores sino a la sociedad en su conjunto.

Se trata de una *pedagogía del delito* que tiene por objetivo construir en el imaginario social la idea de que la violencia funciona como *terror concentrado*, tal como lo explica Gonzalo Sánchez (2004), al describir las características de La Violencia (1945-65) en Colombia. Con los matices necesarios, en México hay indicios de que estamos experimentando el mismo sistema de violencias que este país sudamericano. Intentemos adaptar las categorías conceptuales de Gonzalo Sánchez y vivencias concretas en la historia reciente de nuestro país.

Hay una estrategia y una programación del terror: se trata de suprimir la política como medio para la resolución de los conflictos y el uso de la violencia extrema para aniquilar al contrincante, para muestra un botón: 43 estudiantes normalistas desaparecidos de Ayotzinapa, Iguala, Guerrero, en septiembre de 2014.

Hay unos agentes del terror: A menudo se trata de policías, patrullas del ejército o fuerzas combinadas que se dedican a asolar pueblos. Hay indicios de que la muerte de civiles en Tlatalaya, Estado de México, en junio de 2014, fue ejecutada por personal del Ejército Mexicano.

Hay unas organizaciones del terror. En la época de La Violencia en Colombia —Los Pájaros¹¹ eran asesinos a sueldo, ejecutaban a los contrincantes por encargo, por lo que eran

contratados por políticos y/o empresarios. En México, se está gestando la conformación de grupos paramilitares y servicios de seguridad privados que no están regulados y su participación en el ámbito de la seguridad todavía es difusa. La existencia de organizaciones que administran la seguridad muestra una incapacidad o la cesión del monopolio legítimo de la fuerza del Estado, prerrogativa exclusiva de éste.

Hay unos rituales del terror. No sólo se trata de matar por matar, sino que este acto obedece a una lógica siniestra, a un cálculo del dolor y del terror. Decapitados, —encobijados, descuartizados, dilución de cuerpos en ácido, colgados en puentes públicos y degollados está siendo una práctica común para aterrar al oponente y como medida de disciplinamiento social en México.

Instrumentos del terror. La muerte tiene que causar el mayor impacto posible, no impactan de igual manera los muertos a bala que los ahorcados o mutilados. En este punto, son comunes en México las escenas de personas decapitadas y/o colgadas en lugares públicos; un performance del terror que envía mensajes a los oponentes y a la sociedad en su conjunto sobre las posibles consecuencias de no doblegarse a los designios de la delincuencia.

Cronología del terror. Hay momentos en los que es conveniente para la delincuencia eliminar a sus oponentes de forma gradual y otras más hacerlo de manera masiva. Para amedrentar a la autoridad a menudo se recurre a dejar partes de los cuerpos desmembrados al pie de las corporaciones o instituciones; sin embargo, también ha habido hallazgos de fosas clandestinas con varias decenas de personas asesinadas. Se trata de recursos efectivos para el asentamiento del miedo, condicionante necesaria para la captura del Estado.

Estos mecanismos domésticos empleados para fortalecer la *cultura de la violencia* impacta en lo más profundo de las relaciones sociales, crea el escenario idóneo para establecer acuerdos de cooperación que legitiman diversas acciones en el orden social interno en nuestro país y, desde luego, en materia de cooperación internacional. Con la legitimidad que se genera con este contexto de violencia, varias agencias de seguridad estadounidense están participando activamente con sus homologas mexicanas bajo el supuesto del combate a la seguridad.

Mercado de armas

El mercado mundial contemporáneo es un pilar estratégico que el capitalismo sigue empleando para fortalecer su sistema de dominio. Este mecanismo tiene su centro de interés en la realización de las ganancias mediante la colocación de las mercancías legales e ilegales en las manos del consumidor que reproduce una y otra vez la lógica del capital.

En el ámbito de los flujos ilícitos, destacan el tráfico de armas y el tráfico de drogas ilegales como los mercados más dinámicos, pero también los que más han contribuido enormemente con el aumento de los homicidios y la percepción de inseguridad en México.

Los homicidios donde se emplea el uso de una arma de fuego son cada vez más frecuentes en nuestro país, por lo que estamos obligados a debatir sobre las políticas públicas que México necesita implementar para contener este delito y reforzar los planes de cooperación internacional para atender este fenómeno.

La Figura 1 muestra el incremento de homicidios en México relacionados con armas de fuego, la estadística indica que a partir del 2008 se incrementó notablemente la ocurrencia

de homicidios en México, derivados de la disponibilidad de armas de fuego, principalmente proveniente de los Estados Unidos de América.

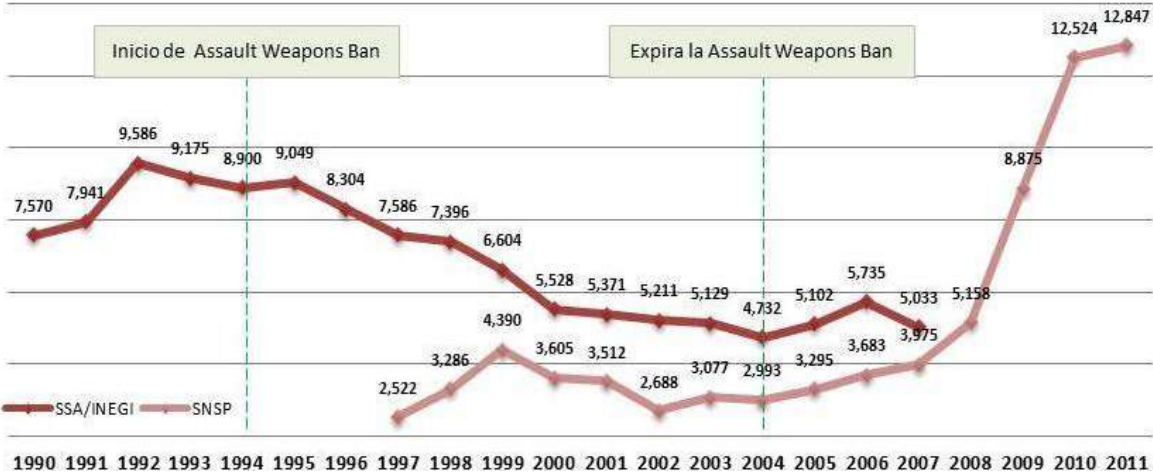


Figura 1. Homicidios por arma de fuego en México, 1990-2011

Fuente: Secretaria de Salud, -Reportes de mortalidad 1990-2000, INEGI, -Bases de defunción 200-2007. SNSP, -Denuncias ante agencias del Ministerio Público.

La llamada —Guerra Contra las Drogas del entonces presidente Felipe Calderón, derivó en el incremento en los homicidios y la violencia en México, principalmente por el enfrentamiento contra organizaciones dedicadas al tráfico de drogas.

Sin embargo, una causa sin duda es el acceso a las armas de fuego por parte de las organizaciones delictivas mexicanas, con la facilidad que brinda la cercanía con el principal país productor de armamento en el mundo.

Estados Unidos mantiene un amplio dominio en el ramo de la producción de armas, hasta el año 2010 este país contaba con siete de las 10 principales compañías productoras de armamento. Las ventas de armas de estas 10 principales compañías suman la cantidad de

219,980 millones de dólares, de los que 72.6% representan ventas de la industria armamentista estadounidense (SIPRI, 2013.).

Cuadro 1. Las 10 mayores empresas productoras de armas, 2011

Empresa (país)	Ventas de armas (millones \$)	Beneficio (millones \$)
1 Lockheed Martin	36.270	2.655
2 Boeing	31.830	4.018
3 BAE Systems (RU)	29.150	2.349
4 General Dynamics	23.760	2.526
5 Raytheon	22.470	1.896
6 Northrop Grumman	21.390	2.118
7 EADS (transeuropea)	16.390	1.422
8 Finmeccanica (Italia)	14.560	-3.206
9 L-3 Communications	12.520	956
10 United Technologies	11.640	5.347

Las empresas tienen la sede en Estados Unidos, salvo que se indique lo contrario. Las cifras de los beneficios corresponden a todas las actividades de la empresa e incluyen las ventas no militares.

Fuente: SIPRI Yearbook 2013

En términos de comparación entre países, el Cuadro 2 muestra los principales países productores de armas a nivel mundial, destacando en orden de importancia Estados Unidos, Europa, China e Israel (SIPRI, 2013.).

Cuadro 2. Los principales importadores y exportadores de grandes armas, 2008-12

Exportador	Proporción mundial (%)	Importador	Proporción mundial (%)
1. Estados Unidos	30	1. India	12
2. Rusia	26	2. China	6
3. Alemania	7	3. Pakistán	5
4. Francia	6	4. Corea del Sur	5
5. China	5	5. Singapur	4
6. Reino Unido	4	6. Argelia	4
7. España	3	7. Australia	4
8. Italia	2	8. Estados Unidos	4
9. Ucrania	2	9. EAU	3
10. Israel	2	10. Arabia Saudita	3
		29. España	1

Fuente: SIPRI Yearbook 2013

Respecto a la producción de armamento Small Arms Survey (2014) identifica a los principales 15 países productores de armas pequeñas y ligeras: Alemania, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Corea del Norte, Estados Unidos, India, Italia, Pakistán, Reino Unido, Rusia, Suiza y Turquía, muchas de estas armas están involucradas en la comisión de los homicidios en México.

Respecto al flujo ilegal de armas en nuestro país, se puede indicar que hasta abril de 2012, se decomisaron 142 mil armas, de las cuales, cerca del 70% de ellas eran rifles, AR-15, AK-47; y más del 80% de éstos provenían de tiendas en Estados Unidos. De los 12 mil puntos de venta de armas en territorio estadounidense, cerca de 6,700 se ubican en la frontera con México (CNN, 2011).

La permisividad para el acceso a armas de fuego en los Estados Unidos está sustentada en la Segunda Enmienda de la Constitución de ese país, la cual considera la posesión y portación de armas como un derecho ciudadano. Esta enmienda se ha consolidado como un principio de identidad y libertad individual en ese país, pero ha derivado en múltiples hechos de violencia en ese país y crecientemente en México.

Sobre esta permisividad se destaca que en 46 estados de los EUA no hay límite en la cantidad de armas que una persona puede adquirir. Sólo en cuatro estados (Carolina del Sur, Virginia, Maryland y California) se impone el límite de un arma por mes; en 48 estados es legal la compra de rifles, sólo están prohibidos en California y Connecticut; dos estados, Massachusetts y Hawái; restringen la posesión de armas de fuego por civiles; otros no tienen ninguna regulación en la compra de armas como Kentucky, Montana, Texas, Alaska, Luisiana y Maine. Finalmente, los estados de Arizona, Texas y Nuevo México, que no tienen un límite mensual de compra de armas, no limitan la venta de rifles, no estipulan el tiempo de espera para la entrega y no mantienen un registro sobre las ventas (comprador, número y material adquirido) de armas.

Mercado de drogas

Las estadísticas de erradicación de enervantes como la marihuana (compárese Figura 1 y Figura 2) en México desde el 2006 al 2012 muestran una tendencia general a la baja, sin embargo no es coincidente con el incremento del número de homicidios en nuestro país en el mismo periodo. ¿Cuál es entonces la causa de la violencia y los homicidios en México?

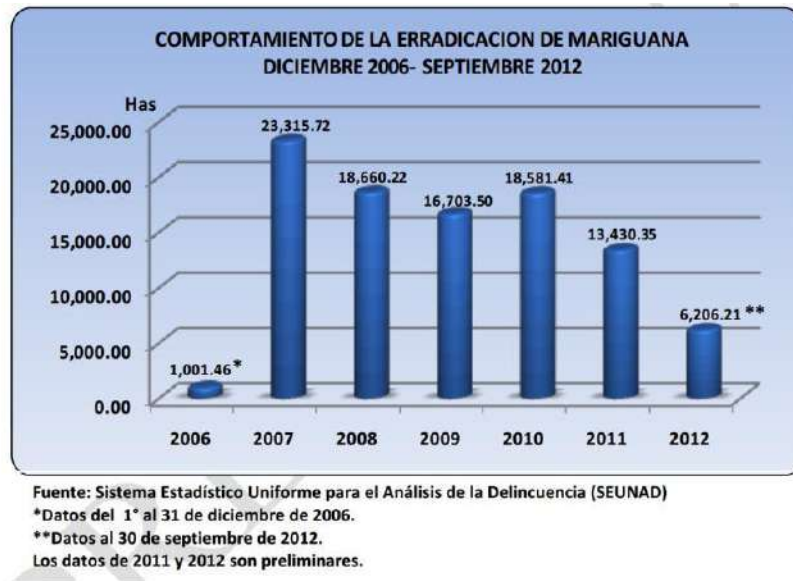


Figura 2. Erradicación de marihuana 2006-2012

Según las fuentes oficiales, en México, las principales regiones productoras de cultivos de marihuana se continúan concentrando a lo largo de los sistemas montañosos del país, principalmente en los estados de Chihuahua, Sinaloa y Durango, entidades que concentran las cifras más altas de erradicación.

La misma tendencia tiene el comportamiento de la erradicación de amapola en el país como se observa en la Figura 3 (compárese con Figura 1).



Fuente: Sistema Estadístico Uniforme para el Análisis de la Delincuencia (SEUNAD)

*Datos del 1° al 31 de diciembre de 2006.

**Datos al 30 de septiembre de 2012.

Los datos de
2011 y 2012 son preliminares.

Figura 3. Erradicación de amapola 2006-2012



Fuente: Sistema Estadístico Uniforme para el Análisis de la Delincuencia (SEUNAD)

*Datos del 1° al 31 de diciembre de 2006.

**Datos al 30 de septiembre de 2012.

Los datos de 2011 y 2012 son preliminares.

Figura 4. Aseguramiento de cocaína 2006-2012

En materia de aseguramiento de cocaína en territorio nacional se muestra que ha ido disminuyendo la cantidad de incautación de esta droga, ello significa entonces que la violencia en nuestro país se deriva de la política pública coercitiva aplicada y de la diversificación de actividades de la delincuencia y no sólo del comportamiento del mercado de las drogas.

Conclusiones

La coyuntura de (in) seguridad que vive nuestro país obliga a nuestras autoridades a generar un esquema idóneo de suministro de la seguridad y la procuración de la justicia, que de no hacerlo el problema se agravará al riesgo de desestabilizar el propio sistema político mexicano.

El tema de los mercados o flujos ilícitos debe abandonar los clichés periodísticos o ser visto desde visiones parciales o con sesgo político de acuerdo al interés que favorezca. Se trata de generar políticas públicas integrales, finalmente en el tema de seguridad todos los sectores sociales son afectados.

Las acciones del gobierno mexicano en materia de seguridad han ocasionado que los grupos de delincuencia organizada amplíen y diversifiquen sus modos de operar, involucrándose en otros delitos, por lo que se sugiere realizar las siguientes acciones:

- Controlar y recuperar regiones clave disputadas por la delincuencia, el monopolio legítimo de la fuerza no puede ser compartido con la delincuencia.
- Generar acciones prospectivas contra las organizaciones delictivas, avizorar comportamientos locales y regionales para establecer acciones coercitivas y de desarrollo social.
- Evitar que las organizaciones accedan a armamento de alto poder, para lo cual es importante establecer esquemas de cooperación internacional descentralizada, por ejemplo con las ciudades fronterizas estadounidenses por donde se trafica el armamento.

- Establecer acuerdos para el intercambio de información recíproco entre países y capacitación en materia de combate al tráfico de drogas y precursores químicos, el lavado de dinero y otras amenazas transnacionales ilícitas.
- Operaciones coordinadas de intercepción de drogas y precursores químicos, siempre salvaguardando la soberanía y el interés nacional.

El tráfico y los traficantes de drogas/armas seguirán ahí mientras persista la demanda, por lo que es importante recuperar la autoridad del Estado mexicano. No hay que esperar que la violencia hacia los políticos y a sus familias motive la necesidad de lograr acuerdos de fondo, se trata de un asunto de Estado más que de visiones partidistas.

Bibliografía

CNN-México (2011).—Calderón pide a legisladores de EU frenar la venta ilegal de armas en *CNN*. [En línea]. México, disponible en <http://mexico.cnn.com/nacional/2011/03/23/calderon-pide-a-legisladores-de-eu-frenar-el-trafico-ilegal-de-armas> [Consultado el día 6 de septiembre de 2014]

Garay, J. y Salcedo, E. (2008). *La Captura y Reconfiguración Cooptada del Estado en Colombia*. Colombia, Método/Transparencia por Colombia.

Instituto Nacional de Estadística , Geografía e Informática (2013). *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública 2013* (ENVIPE) (México: INEGI)

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2013). *Encuesta Nacional de Victimización de Empresas 2012* (ENVE 2014) (México: INEGI)

México Unido contra la Delincuencia (2014). *Encuesta Nacional sobre Percepción de Inseguridad Ciudadana 2014*. [En línea]. México, Disponible en <http://mucd.org.mx/recursos/Contenidos/EncuestaMitofskydePercepcionCiudadanasobre/documentos2/Decima%20Tercer%20Encuesta%20Nacional%20sobre%20Percepcion%20de%20Inseguridad%20Ciudadana%20MUCD%20Ejecutivo.pdf> htm [Consultado el día 6 de septiembre de 2014]

RRS & Asociados, SC (2014). *Semáforo Delictivo Nacional 2014* (México: RRS & Asociados).

Salcedo, E. y Garay. L. (2012). —¿Por qué es más difícil desarticular las actuales redes criminales mexicanas que los carteles colombianos de los noventa? Análisis comparado a partir del concepto de resiliencia de redes sociales, en Vortex Working Paper No. 7. Colombia, disponible, <http://www.scivortex.org/7ResilienciaTCN.pdf> [Consultado el 15 de septiembre de 2014]

Sistema Estadístico Uniforme CENAPI/PGR (2012) en *Programa Nacional para el Control de Drogas*. [En línea]. México, disponible en http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/informe_sexenal.pdf[Consultado 1 octubre 2014]

Small Arms Survey Organization (2001a). *Small Arms Survey, "Crime, Conflict, Corruption: Global Illicit Small Arms Transfers*. [En línea]. Suiza, disponible en <http://www.smallarmssurvey.org/publications/by-type/yearbook/small-arms-survey-2001.html> [Consultado el día 6 de septiembre de 2014]

Planes de asistencia militar México-Estados Unidos

Jonathan Agustín González Torres

SRE/Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

A lo largo de la historia, los Estados Unidos han desarrollado una serie de planes estratégicos para fortalecer su hegemonía y posicionarse a escala mundial. En México, las estrategias han variado y su presencia se ha construido y legitimado con matices diferentes, bajo espacios y momentos históricos precisos. El objeto del presente artículo será analizar cuándo y bajo qué contextos comienzan a establecer México y Estados Unidos planes de asistencia militar.

El inicio de la asistencia militar

Si bien existió una larga trayectoria de confrontación militar entre México y Estados Unidos a lo largo del siglo XIX y la primera parte del siglo XX, México inauguró una línea de colaboración militar en el marco de la segunda Guerra Mundial.

La segunda Guerra Mundial modificó la correlación de fuerzas a escala planetaria y significó el fin de la hegemonía europea y el ascenso de la Unión Americana como potencia hegemónica. Luego de iniciar su participación en el escenario bélico, Estados Unidos consideró clave a México por su posición estratégica y la producción de materias primas.

En ese momento, los estadounidenses deseaban coordinar la defensa de la costa del Pacífico como respuesta al ataque japonés a Pearl Harbor (1941).

Con ese objetivo se creó la Comisión Conjunta de Defensa México-Estados Unidos en enero de 1942. El 27 de marzo de ese año, ambos países firmaron *El Acuerdo de Préstamos y Arrendamientos* en materia militar, primer plan institucionalizado de asistencia militar durante el siglo XX. Aunque los requerimientos mexicanos no fueron del todo satisfechos, el Acuerdo representó el primer destello de colaboración en materia militar. Sin embargo, al finalizar las hostilidades, el acuerdo fue prácticamente desmantelado.

La guerra fría y el contacto militar

Una vez concluida la segunda Guerra Mundial comenzó a gestarse la Guerra Fría la cual, en términos generales, fue el enfrentamiento político e ideológico entre Estados Unidos y la Unión Soviética. México no fue ajeno a ésta confrontación y decidió restringir la relación militar con Estados Unidos.

Sin embargo, los estrategas estadounidenses insistieron en negociar un acuerdo militar. Con ese fin arribó a México el General Edward M. Jones en febrero de 1952 y comenzó la negociación. El primer desacuerdo tuvo lugar cuando la parte estadounidense urgió a México a suscribir la cláusula de —Defensa de la Democracia, la cual suponía el compromiso del gobierno mexicano a llevar tropas fuera de su territorio. El apoyo entonces fue rechazado.

A partir de entonces y hasta la década de los noventa, México se negó a negociar planes de asistencia militar, operaciones conjuntas y la presencia de militares estadounidenses en su territorio. En 1967, todos los países latinoamericanos hospedaban misiones y recibían

ayuda militar de Estados Unidos con la notable excepción de México, Cuba y Haití pues a éste último se le suspendería la ayuda en 1963.¹⁷⁵

Lo anterior no significó el rompimiento total de las relaciones militares. Pocos años después, un creciente número de militares y oficiales mexicanos recibirán preparación en instalaciones militares estadounidenses. Por ejemplo, a quince años de su inauguración, la Escuela Militar de las Américas había graduado a 16, 343 latinoamericanos en 1964, 178 de éstos eran mexicanos. Otra escuela reservada para oficiales era la de *Fort Bragg* situada en Carolina del Norte. A finales de 1963, la institución había graduado a 112 oficiales, tres de ellos eran mexicanos.¹⁷⁶

Este entramado de ligera relación militar se mantuvo estable hasta la década de los noventa. En 1992, comenzaron los ejercicios aéreos, los navales tuvieron lugar en 1993; mientras que a mediados de los años noventa, el Departamento de Estado estadounidense afirmó la existencia de poco más de 45 programas que relacionaban a las fuerzas armadas de ambos países.¹⁷⁷

Es decir, México pasó de una relación militar estrecha con Estados Unidos, durante la segunda Guerra Mundial, a una posición más moderada durante la Guerra Fría, mientras que retornó a un contacto militar más amplio a finales de los años noventa.

¹⁷⁵ Mario Ojeda. *Alances y límites de la política exterior de México*, México, El Colegio de México, 2001, p. 76.

¹⁷⁶ *Ibid.*, pp. 179-80.

¹⁷⁷ Howard Wiarda, -Beyond the Pale: The Bureaucratic Politics of United States Policy in Mexico, *World Affairs*, Vol.162, Issue 4, primavera de 2000, p. 185.

La década de los noventa

Una vez entrada la década de los noventa surgió un nuevo orden mundial. Estado Unidos logró la superioridad militar a través de la consolidación de su economía. Nuevos enemigos suplantarán el —peligro comunista y darán paso a la lucha antidrogas.

Por otro lado, en la región norteamericana un nuevo acuerdo daba inicio, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). En un memorándum¹⁷⁸, con fecha de abril de 1991, el Embajador estadounidense en México John Negroponte resumió los objetivos estadounidenses hacia México en el TLCAN. En él se señaló que en la política exterior, el —TLC (sic) institucionalizaría la aceptación de una orientación estadounidense en las relaciones exteriores de México¹⁷⁹. En lo económico el TLCAN sería un —instrumento para promover, consolidar y garantizar la continuidad de la reforma económica más allá de la administración de Salinas¹⁸⁰. En síntesis, el acuerdo representó para los estadounidenses hegemonizar lo económico y lo político en México. Y, tras una campaña sin precedente de cabildeo por parte del gobierno mexicano, el Congreso estadounidense aprobó la propuesta. La firma del TLCAN fundó el acuerdo comercial más importante de México con Estados Unidos desde la segunda Guerra Mundial.

El primero de enero de 1994, fecha en que entró en vigor el TLCAN, un grupo de indígenas armados denominados Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) se levantó en armas y le declaró la guerra al gobierno mexicano. Ante esta situación, el gobierno respondió con el envío de unidades especiales de infantería y aviación para hacerse del

¹⁷⁸ Palabra latina que significa —cosa que debe recordarse.

¹⁷⁹ Sergio Aguayo, *El panteón de los mitos: Estados Unidos y el Nacionalismo mexicano*, México, Ed. Grijalbo, 1998, p. 284.

¹⁸⁰ *Ibíd.*, p. 284

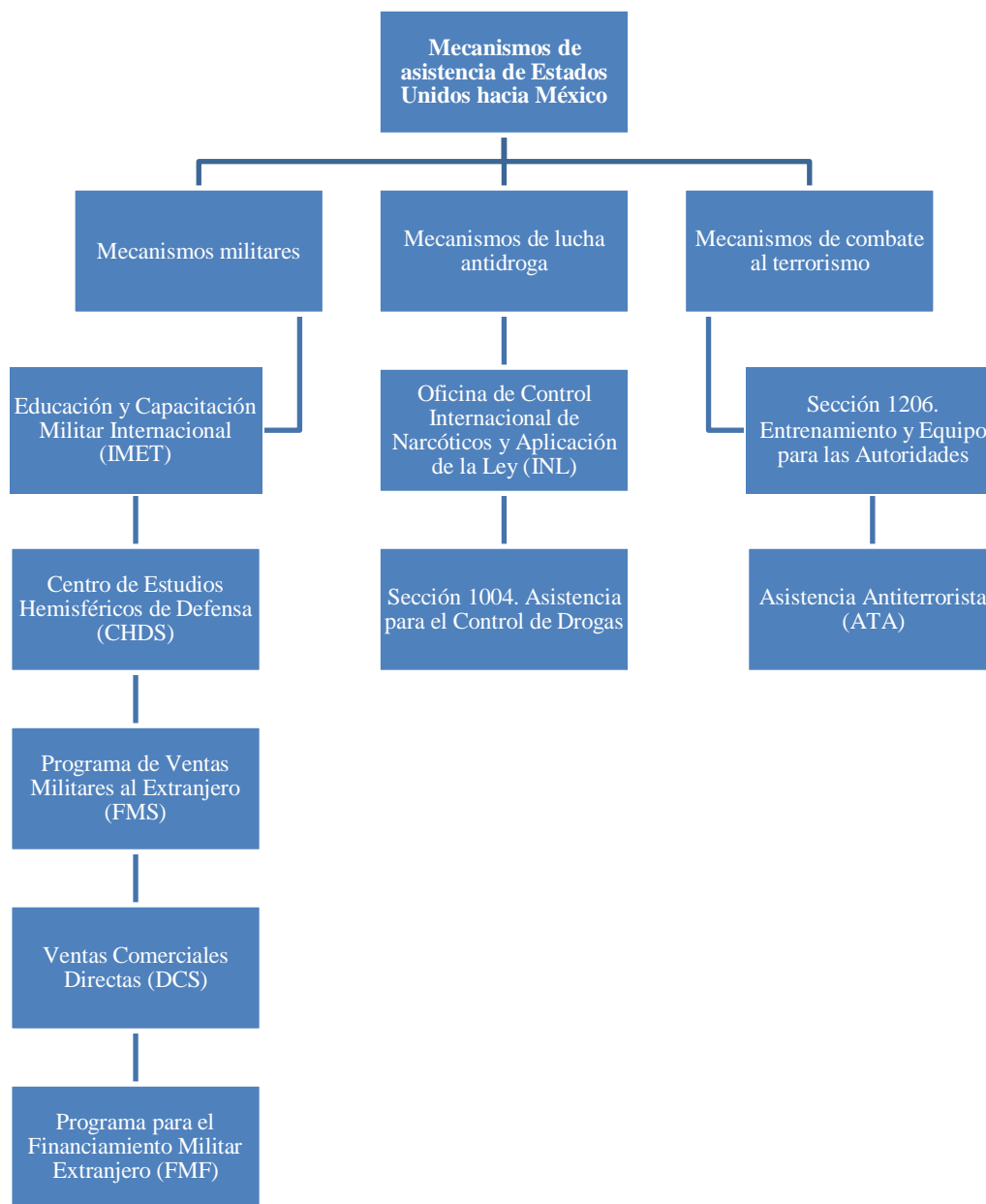
control territorial en donde el zapatismo tenía influencia. Y, bajo éste contexto, comenzaron a establecerse más acercamientos militares ambos países.

La coyuntura de cambio de gobierno, el colapso económico de México en 1995 y el levantamiento zapatista fueron elementos que consolidaron la política económica neoliberal y crearon el ambiente propicio para los acercamientos militares. No en balde, el Secretario de Defensa estadounidense William Perry visitó México y propuso la mañana del 23 de octubre de 1995, ante la plana mayor del Ejército Mexicano, el llamado —tercer vínculo‖, es decir, un mayor contacto militar.

Pero, ¿por qué era tan importante integrar a las fuerzas armadas mexicanas en esquemas de asistencia militar liderados por Washington? El investigador Carlos Fazio apunta que —en ese momento [1995] los Estados Unidos no tenían acceso a las estructuras de decisión táctica-operativa y estratégica de las fuerzas armadas mexicanas, la única institución de América Latina, junto con Cuba, que no [había] sido penetrada directamente por el Pentágono‖.¹⁸¹

A partir de entonces, se revitalizaron y modernizaron cuando menos ocho mecanismos de asistencia militar y de seguridad de Estados Unidos hacia México. En el siguiente cuadro se presentan los más importantes y se dividen en tres tipos: *mecanismos de asistencia militar*, *lucha antidroga* y *lucha antiterrorista*.

¹⁸¹ Carlos Fazio, *El tercer vínculo*, México, Ed. Joaquín Mortiz, 1996, p. 179.



Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el cuadro, existen tres rubros de asistencia claramente diferenciados. Bajo el rubro de *mecanismos militares* se realizan dos actividades principalmente. La primera es la asistencia militar. En esta sección, México aceptó el programa de Educación y Capacitación Militar Internacional y la asistencia del Centro de

Estudios Hemisféricos de Defensa como mecanismos de adiestramiento militar. La segunda, es la venta de armamento, la cual depende de que México decida hacer alguna compra y Estados Unidos esté dispuesto a vender. Ejemplos de éste mecanismo son el Programa de Ventas Militares al Extranjero, el programa de Financiamiento Militar al Extranjero y las Ventas Comerciales Directas. México se había caracterizado por aceptar una reducida ayuda militar debido a que Estados Unidos ha utilizado regularmente ese tipo de asistencia para influir y presionar en la política de defensa y seguridad de los países que la aceptan.

Los *mecanismos de lucha antidroga* buscan establecer el marco de asistencia para el combate al tráfico de drogas. Dicho mecanismo se encarga de desarrollar políticas y esquemas para combatir a los traficantes de drogas y a la delincuencia organizada. Aunado a lo anterior, el Departamento de Estado busca dos objetivos estratégicos: 1) reducir la entrada de drogas ilegales a Estados Unidos; y, 2) reducir el impacto de la delincuencia organizada internacional en Estados Unidos. Además, complementa la estrategia estadounidense antiterrorista, directamente e indirectamente, promoviendo la modernización de equipo y de operaciones secundarias por agencias extranjeras en los sistemas penales y de aplicación de la ley. Para tal fin se creó la Oficina de Asuntos Internacionales sobre Narcóticos y Aplicación de la Ley y la sección 1004, en Estados Unidos, de los cuales México recibe recursos.

Por último, la *mecánica de combate al terrorismo* es una sección que está encaminada a construir, sostener y hacer contactos con militares extranjeros para fortalecer las capacidades antiterroristas, para disuadir, interrumpir y derrotar a las organizaciones extremistas, apoyando con la infraestructura. Además, el Departamento de Estado por éste medio proporciona armas, el equipo, los servicios y el entrenamiento para preparar a los

gobiernos de otros países para prevenir y tratar de aminorar los actos terroristas como bombas, secuestros, asesinatos, entre otros. México es parte de este mecanismo de asistencia.

Otros ámbitos militares

En diciembre de 1995 se acordó la transferencia de equipo militar en el combate a las drogas y adiestramiento militar de mexicanos en Estados Unidos. Durante las negociaciones se concertó que el gobierno estadounidense transfiriera 73 helicópteros UH-1H y cuatro aviones C-26. Sin embargo, años más tarde será del conocimiento de la opinión pública y del gobierno mexicano que esos aviones habían sido utilizados por última vez en la guerra de Vietnam, situación que orilló a México a devolver los materiales que le habían entregado.

Tiempo después, en abril de 1996, la administración de William Clinton ordenó a las fuerzas armadas de su país llevar a cabo la Iniciativa de Adiestramiento en México (IAM) orientada a mejorar las capacidades de las fuerzas armadas mexicanas. La IAM empezó sus tareas en abril de 1996, en Fort Bragg, Carolina del Norte. Ahí se entrenó a oficiales de las fuerzas armadas mexicanas en lucha antidroga, puntería, reconocimiento, combate cercano y derechos humanos. Este tipo de adiestramiento continuó hasta septiembre de 1998, cuando fue suspendido el programa.

No obstante, los hechos que trastocaron de manera definitiva la relación militar de ambos países fueron los sucesos del 11 de septiembre de 2001 (11-S). A partir de ese momento, la agenda de seguridad se colocó por encima de cualquier otra, situación no vista, por lo

menos, desde la segunda Guerra Mundial. Uno de los mecanismos de defensa y seguridad que surgió fue el Comando Norte.

El Comando Norte (USNorthCom por sus siglas en inglés) es una fuerza militar que tiene bajo su resguardo los territorios de América del Norte. El USNorthCom surgió como respuesta a los sucesos del 11 de septiembre, se inauguró el 1 de octubre del 2002 y adquirió capacidad de respuesta total hasta el 11 de septiembre de 2003. Este proyecto militar derivó de la estrategia de seguridad estadounidense que se fundamenta en la *National Security Strategy* (NSS) del 2002 del entonces presidente George W. Bush. La importancia del USNorthCom es que se ha convertido en uno de los más importantes interlocutores entre las fuerzas armadas de los tres países de América del Norte.

Años después se creó la Alianza para la Seguridad y Prosperidad de América del Norte (ASPAN), la cual fue una iniciativa trilateral que incluye a Canadá, Estados Unidos y México, que permite la puesta en marcha de instrumentos trilaterales y que es señalada como uno de los antecedentes de la Iniciativa Mérida.

La iniciativa Mérida

Oficialmente se sabe que la Iniciativa Mérida surgió a propuesta del mandatario mexicano, el cual sugirió al presidente estadounidense la necesidad de coordinar esfuerzos para fortalecer el combate a la delincuencia organizada. El encuentro entre ambos presidentes se realizó el 12 y 13 de marzo de 2007, en Mérida, Yucatán.

No obstante, existen dudas al respecto, ya que se sabe que —el 17 de enero de 2007 el diputado demócrata por Texas, Henry Cuéllar, y Silvestre Reyes, presidente del Comité de Inteligencia de la Cámara de Representantes, presentaron la *Prosperous and Secure*

Neighbor Alliance of 2007, documento base para la negociación que posteriormente se llamaría Plan México o Iniciativa Mérida.¹⁸² Lo anterior, pone en entre dicho las afirmaciones oficiales y confirma que la propuesta fue hecha por representantes del gobierno estadounidense.

El nuevo marco de la relación entre México y Estados Unidos fue anunciado oficialmente, el 22 de octubre de 2007, bajo el título de: —*Iniciativa Mérida: Un nuevo paradigma de cooperación en materia de seguridad*ll, la cual está destinada a combatir el tráfico de drogas, de armas, los esfuerzos de procuración de justicia y el combate a la delincuencia transnacional organizada¹⁸³. Después de varios meses de negociaciones, el 30 de junio de 2008, el presidente George W. Bush promulgó la Ley H.R. 2642 de asignaciones suplementarias que contenía los recursos para la Iniciativa Mérida y contemplaba un presupuesto de 352 millones de dólares.

Para 2014 se tienen contemplados, de acuerdo al último reporte del Congreso de los Estados Unidos, 194.2 millones de dólares. El reporte resume los recursos de la siguiente forma:¹⁸⁴

¹⁸² Mario Cruz, —Plan Colombia e Iniciativa Mérida: piezas estratégicas de la hegemonía continental, *Op. Cit.*, p. 352.

¹⁸³ *Vid.*, Iniciativa Mérida, —La Iniciativa Mérida: nuevo paradigma de cooperación en materia de seguridadll, [en línea], México, 22 de octubre de 2007, Dirección URL: http://www.iniciativamerida.gob.mx/pdf/declaracion_conjunta_Iniciativa_Merida_esp.pdf, [consulta: agosto de 2014].

¹⁸⁴ *Vid.*, Clare Ribando, “U.S.-Mexican Security Cooperation: The Mérida Initiative and Beyond”, [en línea], Estados Unidos de América, abril de 2014, Dirección URL: <http://fas.org/sgp/crs/row/R41349.pdf>, [Consulta: agosto de 2014].

Table 1. FY2008–FY2015 Mérida Funding for Mexico
(\$ in millions)

Account	FY2008	FY2009	FY2010	FY2011	FY2012	FY2013	FY2014 (est.)	Account Totals	FY2015 Request
ESF	20.0	15.0	15.0 ^a	18.0	33.3	32.1	46.1	179.5	35.0
INCLE	263.5	406.0	365.0	117.0	248.5	195.1	148.1	1,743.2	80.0
FMF	116.5	299.0	5.3	8.0	N/A ^b	N/A	N/A	428.8	N/A
Total	400.0	720.0	385.3	143.0	281.8	227.2	194.2	2,351.5	115.0

Sources: U.S. Department of State, *Congressional Budget Justification for Foreign Operations FY2008-FY2015*.

Notes: ESF=Economic Support Fund; FMF=Foreign Military Financing; INCLE=International Narcotics Control and Law Enforcement.

- a. \$6 million was later reprogrammed for global climate change efforts by the State Department.
- b. Beginning in FY2012, FMF assistance is not included as part of the Mérida Initiative.

Como puede apreciarse, la asistencia para México destina mayores recursos a los ámbitos policiaco y militar. Predomina el rubro de Control Internacional de Narcóticos y Aplicación de la Ley (INCLE, por sus siglas en inglés). Los fondos están destinados, principalmente, a los cuerpos policiacos y de procuración de justicia (CNS y PGR).

Por otro lado, se encuentran los recursos asignados a las fuerzas armadas a través del Programa de Financiamiento Militar Extranjero (FMF, por sus siglas en inglés), bajo este rubro se encuentran la Secretaría de la Defensa Nacional y a la Secretaría de Marina.

Y se destina la menor cantidad para un Fondo de Apoyo Económico (ESF, por sus siglas en inglés).

La iniciativa Mérida a discusión. Para las fuerzas armadas mexicanas, la Iniciativa Mérida representa un cambio no visto por lo menos desde 1942, cuando se inauguró la Comisión Conjunta de Defensa México-Estados Unidos. Esta reviste una gran importancia, ya que funda el combate a las drogas en el esquema policiaco-militar sugerido por Estados

Unidos, lo cual puede apreciarse claramente en los recursos asignados a las fuerzas armadas y a las instituciones policiacas.

La Iniciativa Mérida, como se observó, tiene serias deficiencias estratégicas en su contenido. En primera instancia, los recursos asignados y los avances de la misma evidencian una falta de equilibrio presupuestal y una preferencia marcada a la reducción de la oferta de drogas a través del financiamiento al esquema policiaco-militar. Lo anterior, a sabiendas de que el enfoque punitivo sugerido por el gobierno de Estados Unidos para resolver la lucha antidroga ha demostrado su ineficiencia para eliminar el tráfico de drogas y la delincuencia organizada en los últimos cien años.

En ese orden, destaca un escaso presupuesto a los ámbitos de reducción de la demanda, particularmente, en aquellos relacionados con el tratamiento y la rehabilitación de consumidores de drogas. Aunado a lo anterior, se soslayan los problemas que existen al interior de Estados Unidos y que repercuten en México como el tráfico de armas, la prevención sobre el consumo de drogas y el lavado de dinero, temas aún no resueltos. No obstante, se espera que el acuerdo continúe bajo las mismas premisas durante el 2015.

Hasta hoy la Iniciativa Mérida ha sido ineficiente y ha contribuido a orientar el combate a las drogas desde la perspectiva punitiva. Es necesario que el acuerdo refleje el carácter histórico, estructural y coyuntural que nos ha llevado a la actual crisis de inseguridad. Por ello se necesita una política de Estado que incorpore una estrategia multidimensional en contra del lavado de dinero, la confiscación de bienes, campañas de prevención del delito, reforma al sistema policiaco, judicial y penitenciario, rehabilitación. Este enfoque requiere

también de una política social centrada en los valores, la cultura de la legalidad, apego a los derechos humanos, entre otros.

México tiene que estar acorde con las visiones más avanzadas en seguridad. Razonar el problema actual desde los órganos de seguridad nacional y seguridad pública es necesario pero también lo es plantearnos si la desigualdad, la exclusión, la desigualdad, la injusticia, la baja calidad de la educación entre otros muchos asuntos son buena parte de las causas que hoy nos han llevado a esta crisis de inseguridad.

La delincuencia organizada, análisis desde la Teoría de la Anomia: el caso de Michoacán

Edgar Eduardo Palomo Zamora

Posgrado en Derecho-UNAM

Resumen

En el siguiente texto se presenta un análisis de las condiciones estructurales de Michoacán y las condicionantes que favorecen la presencia de la delincuencia organizada. Dicha problemática será abordada a partir de la Teoría de la Anomia que propone que la delincuencia se asocia con la búsqueda de metas-éxito, es decir, la riqueza, el progreso y el poder en un contexto de valores socialmente aceptados y que a su vez propone la creación de una moral alterna. A través de esta visión será estudiado el grupo criminal de Los Caballeros Templarios.

Palabras clave: Delincuencia organizada, Los Caballeros Templarios, Anomia

Introducción

El 4 de diciembre de 2006 se anunció la Operación Conjunta Michoacán. Hay algunas anécdotas que afirman que 20 días antes de asumir la presidencia de la República, el entonces titular del Poder Ejecutivo, Felipe Calderón, se reunió con el gobernador de Michoacán, Lázaro Cárdenas, quien solicitó apoyo federal para el combate al crimen organizado que asolaba la entidad (Aguilar, 2014).

A unos meses de haber tomado posesión como Presidente, el Comandante Supremo de las Fuerzas Armadas orquestó un despliegue policiaco-militar sin precedentes en los últimos años con el fin de contener las actividades criminales en el estado. El objetivo fue capturar a los líderes visibles de la estructura delictiva con presencia local para desarticular redes y de esta forma aminorar el impacto de la delincuencia organizada.

Desde años atrás las condiciones de seguridad así como las estadísticas y encuestas sobre percepción colocaban a Michoacán como un foco rojo, en términos de análisis criminal la entidad se consideraba como una zona caliente, es decir, un gran número de municipios presentaban una alta incidencia delictiva que era atribuida al control de Los Caballeros Templarios (en ese entonces Familia Michoacana), sobre una amplia gama de ilícitos. Las actividades criminales de este grupo en particular partían desde el contrabando de mercancías, el tráfico y trasiego de sustancias ilícitas así como de armas de fuego convencionales, hasta la exportación en gran escala de minerales con destino a países asiáticos; pero también Los Caballeros Templarios participaban en la extorsión en su modalidad de cobro de piso, el secuestro y otros delitos que son considerados de alto impacto por su repercusión social.

Hoy se sabe que la estrategia para aminorar el impacto de la delincuencia organizada en Michoacán no brindó los resultados esperados y la estructura delictiva se mantuvo incólume. Se eligió el camino coercitivo con base en el modelo policiaco-militar y no una estrategia integral más cercana a una política criminal como herramienta de Estado. Se enviaron 4 mil 200 militares, mil elementos de la Marina, mil 400 Policías Federales y 50 agentes del Ministerio Público Federal provenientes de la Procuraduría General de la República (Redacción, 2013).

Se incrementó el Estado de fuerza pero se desatendieron otros aspectos sociales presentes en la sociedad michoacana: el acceso al empleo, a la educación, el tema de la expulsión de migrantes, y el crecimiento de la infraestructura. Es decir, que condiciones presentes en Michoacán favorecen la comisión de conductas ilícitas, por lo tanto, la discusión se centra en defender la propuesta del uso de la fuerza como herramienta de contención o es necesaria otra clase de medidas alternas que permiten construir sociedades más equitativas.

Además en el caso de Michoacán se fue generando un proceso de anomia institucional que condujo hacia una desvalorización de los sujetos, la creación de una moral alterna a la existente en el imaginario colectivo que pugnaba por no formar parte de la estructura cultural y alcanzar las metas éxito a cualquier costo. Por ello la delincuencia organizada es una anomalía presente, adaptable y creciente ya que garantiza el acceso a las metas éxito de una forma relativamente más simple que los medios institucionales y los canales legales adecuados. Lo grave es que la delincuencia recrudece la violencia, se hace visible a través de ésta y existe evidencia que confirma que reconstruye las relaciones de poder y el monopolio legítimo del uso de la fuerza.

Derivado de lo anterior, a continuación se ofrecerá un análisis desde la Teoría de la Anomia para proponer una política criminal adecuada para el caso michoacano, misma que debe obedecer a las necesidades reales de seguridad pública pero a partir de un enfoque multidimensional, que contenga medidas de prevención del delito garantizando la participación ciudadana en la toma de decisiones sobre lo que se debe hacer en las comunidades y que permita de forma tangible la reconstrucción del tejido social.

A efectos de establecer límites epistemológicos a los conceptos y categorías presentes en esta comunicación, en primer lugar se definirá el concepto de delincuencia organizada, en segundo lugar se mencionarán algunos preceptos de la Teoría de la anomia y en tercer lugar se relacionará un análisis a aspectos cuantitativos de Michoacán para finalizar con el estudio de Los Caballeros Templarios como expresión de la delincuencia organizada.

La delincuencia organizada

La delincuencia organizada es una expresión moderna del delito. Este fenómeno ha estado presente a lo largo de la historia humana logrando constituirse como un proceso transhistórico. El delito, al igual que el desarrollo y complejidad que han adquirido las relaciones humanas, se ha consolidado como una estructura social divergente presente en los grupos y establecimientos humanos, ya que en todas las sociedades existen conductas que son sancionadas dentro del mundo normativo a nivel social, moral o jurídico, porque se considera que atentan contra lo que Durkheim (1987) denominó la conciencia colectiva.¹⁸⁵

El reconocimiento a la delincuencia como una problemática social de gran alcance se remonta a la década de 1930, más o menos en la misma etapa cuando la Escuela de Chicago comenzó sus primeros estudios sobre conducta criminal y tiempo después Merton desde la sociología establecería un entramado teórico para explicar el porqué del delito a partir de las motivaciones. En esta etapa surgen los primeros grupos mafiosos en Estados Unidos, aunque la estructura criminal que administraba y establecía relaciones de poder a través del uso de la fuerza o solucionando conflictos que el Estado toleraba se remonta a grupos que tienen siglos de operar como los Yakuza en Japón o las triadas chinas.

¹⁸⁵ Para Durkheim (1987) la conciencia colectiva está compuesta por las creencias y los sentimientos comunes de los miembros de una sociedad. En este sentido la conciencia colectiva es difusa ya que no depende de los individuos, está por encima de ellos determinando que conductas son lesivas a la sociedad.

En México es hasta la década de 1990 cuando se establecen los parámetros jurídico-conceptuales en torno a la delincuencia organizada. Para efectos de este estudio, únicamente se considerará la delimitación presente en la Ley Federal Contra la Delincuencia Organizada que en el artículo 2 señala que:

—Cuando tres o más personas se organicen de hecho para realizar, en forma permanente o reiterada, conductas que por sí o unidas a otras, tienen como fin o resultado cometer alguno o algunos de los delitos [como terrorismo, acopio y tráfico de armas, tráfico de indocumentados, tráfico de órganos, corrupción, pornografía, turismo, lenocinio y tráfico de menores, delitos en materia de trata de personas, robo de vehículos, secuestro, delitos contra la salud, serán sancionadas por ese solo hecho, como miembros de la delincuencia organizada] (Unión, 2014).

Derivado de lo anterior, un primer acercamiento al concepto de delincuencia organizada es aquel grupo de personas que de manera estructurada y planificada se reúnen para cometer cierta clase de ilícitos.

Enseguida se propone una corriente teórico-metodológica para explicar las motivaciones que orillan a los individuos a constituirse o formar parte de la delincuencia.

La teoría de la anomia y las motivaciones culturales

Cuando se habla de Teoría de la Anomia se hace referencia a la propuesta teórico-metodológica fundada en el estructuralismo funcional de Robert K. Merton en la obra *Teoría y Estructura Sociales*. El análisis de Merton se centró en estudiar a la sociedad estadounidense con base en un sistema de valores que encaminaba a la mayoría de los individuos hacia un modelo de metas-éxito: riqueza, bienestar, progreso y a los caminos socialmente estructurales para llegar a ellos. En este sentido, la cultura del capitalismo estableció los principios culturales socialmente aceptados para disfrutar de un nivel de vida adecuado y acorde a las necesidades creadas por el propio sistema.

A la par de la estructura aceptada en el imaginario colectivo se fue desarrollando una especie de medios alternativos que permitían el ascenso social pero que no necesariamente estaban aprobados dentro del mundo normativo o dentro del mundo del deber ser, a eso se refiere la anomia, a la ausencia de normas o más bien a la ignorancia de los mecanismos para acceder a cierta clase de status social.

En este sentido la anomia es la desvinculación entre las aspiraciones culturales prescritas y los caminos socialmente estructurales para alcanzarlas. Como aspiración cultural se entienden los objetivos, intereses y propósitos que son legítimos a todos los individuos de una sociedad y se encuentran jerarquizados en una escala de valores (K. Merton, 2006).

Por su parte los caminos estructurales son las reglas arraigadas en las costumbres e instituciones que conglomeran los procedimientos aceptados por la sociedad para llegar a un objetivo (K. Merton, 2006).

El comportamiento anómalo implica la ignorancia de los caminos socialmente estructurales para llegar a la obtención de las metas-éxito y es una de las variables que explica la comisión de conductas ilícitas. Para que se constituya como tal, el comportamiento anómalo atraviesa por una serie de etapas que se enmarcan en el siguiente cuadro:

Tabla 1. Tipología de los modos de adaptación individual

Tipología de los modos de adaptación individual¹⁸⁶		
Medios de adaptación	Metas culturales	Medios institucionalizados
1. Conformidad	+	+
2. Innovación	+	+
3. Ritualismo	-	+
4. Retraimiento	-	-
5. Rebelión	+/-	+/-

Elaborado a partir de Merton (2006)

La conformidad brinda la estabilidad necesaria a la sociedad y en consecuencia al sistema para su interiorización en los individuos. Es decir, permite que las relaciones sociales sean armónicas. La innovación permite la liberación del espíritu creativo de los individuos pero dentro de los mecanismos institucionales socialmente aceptados. En esta etapa las metas-éxito y el poder están al alcance de cualquier miembro que comparta la estructura cultural.

¹⁸⁶ —(+) significa —_aceptación'l, (-) significa —_rechazo'l y (+/-) significa —rechazo _de los valores vigentes y su sustitución por valores nuevosl (K. Merton, 2006).

El ritualismo es la etapa más crucial ya que en ella los individuos deciden de manera unipersonal si continúan o se apartan de la búsqueda de las metas-éxito, aunque en ella todavía se respeta el proceso institucional o las normas sociales.

Cuando se habla de retraimiento se señala que los individuos continúan dentro del sistema social pero ya no forman parte de él. En el retraimiento el individuo ha decidido rechazar el seguimiento de la escala de metas culturales de la sociedad y se ha percatado que los mecanismos institucionales de acceso a las metas-éxito no son funcionales.

Finalmente en el caso de la rebelión los individuos se encuentran distanciados de manera absoluta de la estructura social y pretenden crear una nueva acorde a sus intereses. En este estadio el individuo es un ser resentido y se encuentra desvalorizado, es decir, cuenta con sentimientos de odio, hostilidad y envidia que se dirigen hacia la sociedad a la que pertenece. Es preciso destacar que los individuos bajo rebeldía no necesariamente forman parte de las clases más desprotegidas, son una clase en ascenso y aspiran a las metas-éxito a cualquier costo.

En este tenor de ideas sobre la anomia, podemos inducir que es un fenómeno sociológico que puede adaptarse actualmente a cualquier sociedad del mundo, ya que en todas las relaciones sociales se han presentado comportamientos que son considerados divergentes y anómalos. De igual forma en la anomia se producen relaciones más individualizadas que se anteponen a lo colectivo.

No obstante, el actual modelo económico que impulsa la búsqueda permanente del interés económico y de bienestar induce cada vez más a una mayor cantidad de individuos a atentar contra la conciencia colectiva. Es más sencillo en un contexto de crisis, de escasez y

de difícil ascenso social tomar rumbos alternativos a los establecidos de manera estructural. Por lo tanto, en el caso de Michoacán y en otras partes del país se han presentado condiciones favorables para el comportamiento divergente que garantizan un ideal de éxito más simple que por la vía social-institucional.

Desde este enfoque, el actual modelo propicia mejores condiciones para que una mayor cantidad de individuos se desvaloricen y formen parte de la delincuencia organizada. A continuación se revisará la estructura cuantitativa que sustenta esta afirmación para el caso michoacano para finalizar con el caso práctico de delincuencia organizada que son Los Caballeros Templarios.

Análisis socioeconómico de Michoacán

Datos sociodemográficos

Michoacán cuenta con 113 municipios y tiene una extensión territorial de 58,599 km², equivalente al 3% del territorio (INEGI, 2014). Con base en el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Michoacán contaba con 4,351,037 habitantes, 69% de ellos son población urbana y 31% población rural, el promedio nacional es de 78% y 22% respectivamente. Los municipios más poblados son Morelia, la capital del estado (729,279 hab.), Uruapan (315,350 hab.), Zamora (186,102 hab.), Lázaro Cárdenas (178,817 hab.), y Zitácuaro (155,534 hab.) (INEGI, 2010).

La población de 14 años y más es de 3,198,737 personas, en otras palabras este indicador señala las personas que son consideradas en edad de trabajar, de las cuales 1,922,441 (60.1%) personas son económicamente activas, 1,837,853 (95.6%) individuos se encuentran ocupados y 84,588 (4.4%) personas están desocupadas (INEGI, 2012). Por otra

parte, la población no económicamente activa equivalente a 1,276,296 (39.9%) personas, 381,612 han desistido de buscar empleo por considerar que no tienen posibilidades de obtenerlo y 894,683 (70.1%) tiene interés en trabajar pero el contexto en el que viven les impide hacerlo (INEGI, 2012).

Con base en datos de la Comisión Nacional de Salarios Mínimos (2014) el ingreso de la población ocupada según el nivel de ingreso mensual coloca a 198,488 (8.5%) personas que declaró no percibir ingresos; 782,925 (42.6%) personas con un nivel de ingreso de hasta dos salarios mínimos diarios; 674,492 (36.7%) personas sobreviven con un ingreso de 2 a 5 salarios mínimos; 154,380 (8.4%) personas tienen un ingreso superior a 5 salarios mínimos.

Por su parte, de acuerdo con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), 2,383,000 personas en Michoacán se encuentran en condiciones de pobreza, lo que equivale a 54.8% de la población.

La escolaridad es de 7.4 años, esto quiere decir que la mayoría de la población sólo cuenta con estudios hasta el primer año de secundaria. Así mismo, Michoacán ocupa el séptimo lugar en analfabetismo, ya que 10 de cada 100 personas de 15 años o más no saben leer ni escribir (INEGI, 2010).

Tan sólo después de Guanajuato y Jalisco, Michoacán cuenta con uno de los más altos índices de población emigrante hacia el exterior con una expulsión anual de 85,175 personas, y ocupa el primer lugar de emigrantes hacia Estados Unidos con 98.2% de migrantes a ese destino (INEGI, 2014).

La población indígena en Michoacán está compuesta por grupos de lengua purépecha (117,221), náhuatl (9,170), mazahua (5,431) y lenguas mixtecas (1,160). Con respecto a la religión, Michoacán es una de las entidades con mayor porcentaje de católicos de todo el país. Cerca del 92% de la población del estado profesa el catolicismo (INEGI, 2010).

Hacia el 2010, en Michoacán había 1,066,061 viviendas particulares, de las cuales, el 98% cuenta con energía eléctrica, el 88.6% tienen drenaje y 87.7% cuentan con agua entubada (INEGI, 2010).

Con respecto a la salud la entidad michoacana presenta 1,056 hospitales lo que equivale al 4.9% nacional. (INEGI, 2012).

Actividades económicas

Con respecto a las actividades económicas, Michoacán es el primer productor nacional de aguacate, fresa, guayaba, melón y uno de los principales productores de limón. De acuerdo a la Oficina Estatal de Información para el Desarrollo Rural Sustentable (OEIDRUS), en 2011 se produjeron 1,092,344 toneladas de aguacate, destacando en este rubro los municipios de Ario de Rosales, Erongarícuaro, Huiramba, Pátzcuaro, Salvador Escalante, Tacámbaro, Quiroga, Turicato y Tzinzunzan, además de Charapan, Nuevo Parangaricutiro, Tancítaro, Taretán, Tingambato, Uruapan, Zamora, Ziracuaretiro y Zitácuaro (Michoacán, S/A).

La aportación al Producto Interno Bruto (PIB) nacional de Michoacán equivale al 2.5% del total nacional (INEGI, 2014). La infraestructura del estado está compuesta por 12,847 km. de carreteras, un aeropuerto internacional y el principal puerto marítimo de la costa del pacífico, el Puerto Lázaro Cárdenas ubicado en el municipio del mismo nombre (INEGI,

2014). Este puerto opera el 27% de la carga total comercial de todo el país (Transportes, S/A) .

Los datos cuantitativos señalan que Michoacán es un estado en rezago en diversos escalones. Por destacar algunos el acceso a la educación, la salud, el empleo y el nivel de ingresos no son alentadores para una población superior a los 4 millones de habitantes, de los cuales se estima que más de 2 millones se encuentra en condiciones de pobreza y un considerable porcentaje de la población en edad de trabajar ha dejado de buscar empleo por considerar que no existen los mecanismos para obtenerlo.

Michoacán es una entidad eminentemente rural y especializada en actividades primarias como la producción de frutos como el aguacate, la fresa o el melón. Por lo tanto, el nivel de desarrollo de la industria de transformación es ínfimo por lo que el desarrollo tecnológico se encuentra en un nivel primario.

Derivado de lo anterior Michoacán requiere una política de desarrollo integral que propicie mejores condiciones laborales para una gran mano de obra, cuya profesionalización debe ser garantizada a través de la educación y una mayor inversión en diversos rubros de política social que contengan el interés de formar parte de la delincuencia organizada.

En el siguiente apartado se presentará una breve descripción de Los Caballeros Templarios para finalizar con una reflexión en torno a la Teoría de la Anomia aplicada en el objeto de estudio.

El camino hacia la delincuencia organizada. Los Caballeros Templarios

Para analizar a Los Caballeros Templarios como una expresión de la delincuencia organizada desde el enfoque de la Teoría de la Anomia, mismo que propone que los individuos se apartan de las costumbres, instituciones y cultura del grupo mayoritario creando una nueva visión de mundo que garantiza de una forma más simple el acceso a las metas-éxito, se partirá de dos conceptualizaciones: 1) los individuos que forman parte de ella para acceder a las metas éxito no siendo necesariamente los más desprotegidos (fundadores e integrantes originarios del grupo delictivo; 2) los individuos que se suman a la delincuencia organizada arrastrados por la dinámica estructural de nuevos valores.

En primer lugar es preciso señalar algunos aspectos de Los Caballeros Templarios. Este grupo es la derivación de La Familia Michoacana fundada en octubre de 2006 y salió a la luz pública cuando un comando arrojó cinco cabezas humanas a una pista de baile en un centro nocturno en Uruapan con sus respectivos mensajes en alusión a los motivos de la decapitación. Tan sólo unos días después la organización ordenó la publicación en los periódicos regionales de un texto explicando los objetivos, misión y visión del naciente grupo criminal. En conjunto con las acciones antes señaladas se desplegó un equipo de personas con el fin de entregar casa por casa folletos informativos con las acciones a desarrollar, que en resumen consistieron en eliminar a los grupos criminales rivales como Los Valencia y Los Zetas para adueñarse de todo el mercado ilícito que se gestaba en el estado (Arzt, 2010).

Los fundadores de La Familia fueron José de Jesús Méndez Vargas, alias -El Chango Méndez; Nazario Moreno González, alias -El Chayo; Rafael Cedeño Hernández, alias -El Cedell; Carlos Rosales Mendoza, alias -El Tísico; Enrique Plancarte, alias -La Chival

o -El Kike Plancartel; Arnoldo Rueda Medina, alias -La Minsall; Servando Gómez Martínez, alias -La Tutall (Presidencia de la República, 2011).

En diciembre de 2006 el Gobierno Federal desplegó efectivos federales en el Estado con el fin de contener las actividades criminales de La Familia Michoacana. El golpe a la estructura se presentó en 2010 cuando presuntamente cayó abatido uno de sus principales líderes, Nazario Moreno González,¹⁸⁷ y un año después es capturado José de Jesús Méndez Vargas, con lo que La Familia Michoacana comienza a desfragmentarse y se conforma otra estructura paralela que a la vez absorbe a los liderazgos de La Familia.

La disolución de La Familia fue motivada por disputas internas por el control de la organización entre El Chango Méndez y un grupo disidente encabezado por La Tuta y Kike Plancarte. Esta última coalición sale avante y de esta forma surgen Los Caballeros Templarios heredando la estructura ideológica y operativa de La Familia Michoacana¹⁸⁸ que se sabe tenía control total sobre los municipios de Buenavista, Cotija, Huetamo, Lázaro Cárdenas, Los Reyes, Morelia, Tepalcatepec, Peribán, Uruapan, Zamora y Zitácuaro (SSP, 2011).

Los Caballeros Templarios logran expandirse a algunos municipios del Estado de México, la zona costera del Golfo de México en Tamaulipas, Guanajuato, Querétaro y prácticamente todo el estado de Michoacán (Stratfor, 2013).¹⁸⁹

¹⁸⁷ La muerte de El Más Loco fue ampliamente difundida en medios nacionales e internacionales. No obstante, cayó abatido hasta marzo de 2014 (Borges, 2014).

¹⁸⁸ La Familia Michoacana y su evolución en Los Caballeros Templarios es considerada por diversos analistas y centros especializados en seguridad como una Organización de Tráfico de Drogas Regional (DTO por sus siglas en inglés), ya que tiene un control limitado sobre ciertas rutas del tráfico de drogas y cumple un papel secundario en el negocio de las mismas. Esta DTO tiene capacidad limitada a su espacio de dominio sobre otros ilícitos entre los que destaca el tráfico de personas, robo de combustible, la extorsión y el secuestro (Beittel, 2013).

¹⁸⁹ A reserva de esperar una reconfiguración de Los Caballeros Templarios motivada por la aparición de los Grupos de Autodefensa en 2014 y la captura o muerte de algunos de sus líderes.

Los Caballeros Templarios se distinguen de otros grupos de la delincuencia organizada por propagar una ideología propia cercana a los valores religiosos y morales en sus integrantes. Si bien la presencia de este grupo es sancionada por el sistema jurídico los principios que representan a esta organización se permean a la sociedad michoacana encarnándose con mayor facilidad en los individuos desvalidos que no encuentran una posición de ascenso social en los canales adecuados que permitan acceder a las metas éxito. Por lo tanto, su presencia incrementa los riesgos de que se sumen integrantes y se generalicen relaciones anómicas.

Los valores de este grupo delictivo son ampliamente difundidos en manuales y códigos que deben ser aprendidos y manejados como principios doctrinarios propios a los integrantes de Los Caballeros Templarios. Existe evidencia que confirma que el manejo de esta doctrina fue una iniciativa de Nazario Moreno, mismo que se asume como el autor de buena parte de los textos que son atribuidos a la familia michoacana entre los que destacan —El Código Templario‖ y —El Más Local‖. En las letras de estos escritos destacan las referencias a Dios, el perdón, la humildad, el amor, la generosidad, la caballerosidad y la honestidad (Padgett, 2012), así como un sentido de pertenencia a la tierra de origen que en este caso es Michoacán.

La estructura operativa de Los Caballeros Templarios estaba compuesta por un comité que se denominaba —apóstoles‖. Enseguida aparecen los —predicadores‖ que eran los encargados de plazas; en el manejo de las finanzas del grupo se encuentran los administradores o contadores que tenían bajo su cargo la cooptación de funcionarios públicos. Finalmente aparecían los encargados de células y los —guerreros celestiales‖, estos últimos eran los

encargados de contener la presencia de otros grupos rivales y de los enfrentamientos (Padgett, 2012).

No hay otro grupo de la delincuencia organizada con presencia en México que se haya propuesto como estrategia de adopción social y de legitimación a sus objetivos (que no dejan de ser delictivos) la difusión de valores éticos, morales y religiosos. Entre los elementos más importantes de esta estrategia destacan:

1. La difusión de un código de conducta propio a los miembros del grupo en el que destaca la prohibición al consumo de sustancias que alteren la conciencia; el impedimento de cometer secuestros o extorsiones y de usar la fuerza bruta contra civiles;
2. Disciplina y obediencia a lo que denominan —El Consejo], que es integrado por los principales líderes de Los Caballeros Templarios;
3. La traición se castiga con la pena capital;
4. Lucha permanente contra el desmoronamiento de los valores morales (Templarios, S/A).

En este contexto, las conductas anómicas se salvaguardan en un estado permanente de rebelión contra los valores generalmente aceptados y la creación de una sociedad moralista bajo un doble discurso, justificar el uso de la violencia, limpieza social y delitos asociados a la delincuencia organizada, con el objetivo de que las actividades sean controladas por Los Caballeros Templarios, cuyo fin último será el restablecimiento del orden o el caos en Michoacán.

Existe evidencia que confirma que para mantener sus operaciones Los Caballeros Templarios recurren además del comercio y fabricación de drogas al secuestro y la extorsión. En este último rubro algunas estimaciones señalan que tan sólo en el puerto Lázaro Cárdenas el grupo delictivo obtenía más de 1 millón de pesos diarios (Oscar, 2014), la extorsión al campo mantenía a 73 municipios (65%) bajo el yugo criminal en un sector que enfrenta un déficit de 2 mil millones de pesos por falta de inversión y desarrollo (Madrigal, 2013). Tan sólo por la extorsión al sector aguacatero se obtuvieron 2,000 millones de pesos anuales (AN, 2013). No se digan las obtenidas por la exportación de hierro a China que son incalculables.

En un estado con más de la mitad de su población en condiciones de pobreza y un alto porcentaje de personas que consideran que los mecanismos legales e institucionales no garantizan el acceso a las metas éxito aliciente para la obtención de riqueza, bienestar y progreso es la delincuencia organizada. Con sueldos que parten desde los 8 mil hasta los 30 mil pesos mensuales (Notimex, 2011) que se ofrecen en la escalafón más bajo de la estructura criminal a 4 salarios mínimos.¹⁹⁰

Reflexiones finales

Dentro de la Política Criminal existen una multiplicidad de enfoques que explican la comisión de conductas ilícitas o el comportamiento desviado en las sociedades. Cada una de ellas presenta argumentos que parten desde la psicología (entendido el comportamiento criminal como una desviación o una patología), la economía (condiciones del modelo económico, político y social que orillan a los individuos al delito), o la sociológica (el

¹⁹⁰ Tomando en consideración el salario mínimo general vigente en 2014 que equivale a \$65.68.

crimen es un fenómeno presente en todas las sociedades y buena parte de estas conductas se explican por la presencia y debate permanente entre ideologías, formas de concepción de la sociedad, y transformación o asimilación de valores propios a cada grupo). Dentro de esta última corriente se orientó esta reflexión en torno a la delincuencia organizada. No obstante, el conocimiento no se puede parcializar y una disertación más completa puede incluir aspectos de otras disciplinas propias al análisis de lo social.

Desde esta perspectiva, a distancia es posible aseverar que la estrategia de contención a la delincuencia organizada ha demostrado su ineficacia mientras no se atiendan aspectos económicos y sociales. Las condiciones estructurales de Michoacán permiten distinguir que es una entidad endeble y con amplias carencias de bienestar social, mismas que se conjugan con el actual modelo económico que propicia la competencia y la escasez, en un contexto de consumismo que incita a las sociedades a la permanente búsqueda de la riqueza, el poder y el bienestar. No obstante de que para obtenerlo sea necesario violentar normas sociales, jurídicas o la misma ética.

Michoacán y todo el país se encuentra en una gran disyuntiva por la presencia no sólo de Los Caballeros Templarios que han sido brevemente abordados, sino de otros grupos que han mostrado su poderío desafiando a las instituciones del Estado y a la memoria colectiva. Por lo tanto, el reto es mayor y mientras se siga polarizando la sociedad en materia de acceso a un mejor estándar de vida, no se fortalezcan las instituciones, ni se permita el ascenso social, tendremos que hacer frente a grupos cada vez más violentos que busquen controlar los medios alternos de acceso a la riqueza.

Bibliografía

- Aguilar, R. (21 de Enero de 2014). Michoacán Intervenido. *El Economista*.
- AN. (30 de Octubre de 2013). *Templarios ganan 2,000 mdp al año extorsionando a aguacateros de Michoacán*. Obtenido de <http://aristeguinoticias.com/3010/mexico/templarios-ganan-2000-mdp-al-ano-extorsionando-a-aguacateros-en-michoacan/>
- Arzt, S. (2010). Violencia en México: realidades y perspectivas. *ISTOR*(42).
- Beittel, J. (2013). *Mexico's Drug Trafficking Organizations: source and Scope of the Violence*. Estados Unidos: CRS Report for Congress.
- Borges, T. (Marzo de 2014). *Las muertes del Chayo, Nazario Moreno, alias "El más loco"*. Obtenido de <http://www.losangelespress.org/las-muertes-del-chayo-nazario-moreno-alias-el-mas-loco/>
- Durkheim, É. (1987). *La División del Trabajo Social*. España: Akal.
- INEGI. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. México: INEGI.
- INEGI. (2012). *Perspectiva Estadística Michoacán de Ocampo*. México: INEGI.
- INEGI. (2014). *Cuéntame Información por entidad*. Obtenido de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mich/default.aspx?tema=me&e=16>
- INEGI. (2014). *Población, Hogares y Vivienda 2010*. Obtenido de Migración: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=17484>
- K. Merton, R. (2006). *Teoría y Estructura Social*. México: FCE.
- Madrigal, A. (13 de Noviembre de 2013). Extorsión al campo en 73 municipios de Michoacán. *Milenio*.
- Michoacán, S. d. (S/A). *Michoacán se consolida como líder nacional en producción de aguacate*. Obtenido de <http://sedru.michoacan.gob.mx/index.php/noticias/92-michoacan-se-consolida-como-lider-nacional-en-la-produccion-de-aguacate>
- Notimex. (26 de Junio de 2011). *Líderes de La Familia son más violentos: SSP*. Obtenido de <http://www.razon.com.mx/spip.php?article81776>
- Oscar, M. (22 de Mayo de 2014). *Animal Político*. Obtenido de <http://www.animalpolitico.com/2014/05/los-caballeros-templarios-recaudaban-mas-de-un-millon-de-pesos-diarios-de-las-minas-de-lazaro-cardenas/>
- Padgett, H. (2012). Nazario el apóstol del narco. *EMEEQUIS*, 39-47.
- Presidencia de la República. (22 de Junio de 2011). *Resultados de la Policía Federal en el Combate a la Organización Delictiva "La Familia"*. Obtenido de <http://calderon.presidencia.gob.mx/2011/06/resultados-de-la-policia-federal-en-el-combate-a-la-organizacion-delictiva-la-familia/>

- Redacción. (26 de Mayo de 2013). A 4 años del "Michoacanazo" el estado es otra vez "experimento" de una estrategia de seguridad que fracasó. Distrito Federal, México.
- Social, S. d. (2014). *Salarios Mínimos*. México: Comisión Nacional de Salarios Mínimos.
- SSP. (Junio de 2011). *Testimonio del Chango Méndez*. Obtenido de <http://www.razon.com.mx/spip.php?article81497>
- Stratfor. (Abril de 2013). *Mexico's Drug War: Balkanization Leads to Regional Challenges*. Obtenido de <http://www.stratfor.com/weekly/mexicos-drug-war-balkanization-leads-regional-challenges#axzz3EBkuZG6v>
- Templarios, L. C. (S/A). *Código de los Caballeros Templarios de Michoacán*.S/E.
- Transportes, S. d. (S/A). <http://www.puertolazarocardenas.com.mx/plc25/>.Obtenido de <http://www.puertolazarocardenas.com.mx/plc25/>
- Unión, C. d. (14 de 03 de 2014). Ley Federal Contra la Delincuencia Organizada. Distrito Federal, Méxic

Tráfico de armas y crimen organizado: amenazas a la seguridad nacional

Erick Jhonathan Saldaña Chávez

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Introducción

Cuando se habla de seguridad nacional de un Estado es importante tener en cuenta las características geopolíticas de ese Estado, así como la naturaleza de las amenazas a esa seguridad. En el caso de México, la vecindad con Estados Unidos le plantea dos escenarios en torno a su seguridad nacional.

Por un lado, la contigüidad geográfica con la primer potencia militar del mundo nos inserta de facto en su perímetro de defensa y seguridad nacional, alejando cualquier posibilidad de un ataque convencional a nuestro país, entendiendo por convencional el ataque militar de un Estado a otro.

Por otro lado, la cercanía inmediata con el mercado de consumo de drogas más grande del mundo, así como el principal productor y vendedor de armas pequeñas al público en general, coloca a México en el centro de las operaciones del crimen organizado que tiene como principales negocios el tráfico de drogas y de armas.

Con acceso por el Océano Pacífico y el Golfo de México, así como una infraestructura carretera producto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, México presenta importantes ventajas geográficas para las operaciones del crimen organizado. La poca capacidad del país para resguardar sus fronteras políticas y la nula existencia de fronteras geopolíticas que potencien la

acción del Estado para enfrentar las operaciones del crimen organizado en Centro y Sudamérica, han vuelto sumamente vulnerable al país.

Asimismo, la naturaleza empresarial y transnacional del crimen organizado lo convierte en un actor con gran capacidad económica, con movilidad a través de las fronteras y determinado a realizar cualquier actividad ilegal para sostener su estructura operativa, valiéndose de la corrupción el asesinato y potencialmente el uso de tácticas terroristas. En la medida que esa estructura operativa permea las estructuras tanto del gobierno como de la sociedad a través de su capacidad económica y de violencia, entonces estamos frente a un nuevo paradigma de amenazas a la seguridad nacional.

Frente a este nuevo paradigma es importante que el Estado en su conjunto, es decir, gobierno y sociedad, definan en primera instancia una agenda de amenazas a la seguridad nacional de México. El gobierno ya lo hizo a través del Plan Nacional de Desarrollo, el cual señala al crimen organizado como la principal amenaza a la seguridad nacional y la necesidad de la participación de las Fuerzas Armadas para su combate. Sin embargo, no existen mecanismos oficiales para conocer la percepción que la sociedad tiene acerca de la seguridad nacional de México y sus amenazas.

De ahí la importancia de la Segunda Encuesta de Seguridad Nacional que elaboró Sistemas de Inteligencia en Mercado y Opinión (SIMO) En colaboración con el Colectivo de Análisis de la Seguridad con Democracia (CASEDE).

Partiendo de una diferencia entre amenazas internas y externas, en el primer plano el 34% de la población ubica al crimen organizado como la principal amenaza. En el plano externo, la

encuesta revela que para la sociedad las principales amenazas a la seguridad nacional son el narcotráfico con 45% y el tráfico de armas con un 19% de opinión, seguida por una crisis financiera internacional 11% y un ataque terrorista 7%. A pesar de que las dos últimas reflejan una percepción coyuntural sobre las amenazas a la seguridad nacional, los datos que arroja la encuesta en su conjunto demuestran que la sociedad está expuesta de forma cada vez más intensa a las actividades y violencia del crimen organizado y que percibe su carácter transnacional.¹⁹¹

Metodología

Debido a la naturaleza del tema, la metodología es de tipo mixta, pero mayormente cualitativa ya que:

- Se busca comprender el comportamiento de los sujetos implicados en un proceso, intentando captar el propio proceso en su totalidad, las interacciones y significados entre los sujetos entre sí y de los sujetos con el medio ambiental, sin dejar de lado variables imprevistas que en algún momento del desarrollo de la investigación resulten incómodas o parezcan revestir escaso valor (Álvarez en Cook y Reichardt; 2000:14).
- Esto porque se estudia un único fenómeno (Campbell and Stanley 1963,7; Eckstein [1975] 1992 en Guerring, 2004:342) pero se compara y analiza desde dos países diferentes que son México y Estados Unidos buscando encontrar una correlación directa entre las variables antes mencionadas. Para dicho análisis se usarán herramientas cuantitativas y cualitativas. Para las cualitativas se hará un análisis documental mixto y para la parte cuantitativa se usarán acervos de cifras oficiales para un procedimiento

¹⁹¹ (Amenazas a la Seguridad Nacional de México Ángel Armando Rodríguez Luna Colectivo de Análisis de la Seguridad con Democracia, A. C)

deductivo, para poder obtener una visión gráfica y general del fenómeno y realizar una crítica interpretativista por medio del método Análisis de Documentos.

Para la parte de cuantitativa se hará un Análisis de datos tomando las estadísticas de muerte por arma de fuego en México y de estas las relacionadas al crimen organizado

Problemática

La seguridad nacional tiene como objetivos esenciales, de acuerdo con el artículo 3 de la respectiva ley, proteger, defender y salvaguardar la integridad territorial del Estado y todos los elementos que sustentan su existencia, como la soberanía, la independencia de la nación, la unidad nacional, el orden constitucional y el Estado de derecho.

En el caso de México, la sociedad civil conoce muy poco sobre quiénes son y qué hacen sus servicios de inteligencia para la seguridad nacional, pues más allá de lo que aparece en los medios de comunicación y de lo que escribe un grupo muy reducido de estudiosos y expertos, las percepciones del ciudadano común se basan en estereotipos, en no pocos casos originados en experiencias del pasado o incluso en obras de ciencia ficción, películas o novelas de espionaje. La cultura de inteligencia y seguridad nacional entre la población es una asignatura pendiente en nuestro país.¹⁹²

Objetivo

Éste es el contexto de la presente ponencia, que busca arrojar un poco de luz sobre este tema a partir de lo que ha sido el papel del Centro de Investigación y Seguridad Nacional (Cisen) y de diferentes instancias del Estado mexicano encargadas de las tareas de inteligencia civil para la

¹⁹²(Los grandes problemas de México volumen IV Primera edición, 2012DR©El Colegio de México, A.C.)

seguridad nacional concentrados en el tráfico ilegal de armas de fuego, su relación con el crimen organizado y la razón de que estos actores amenazan a la seguridad nacional

Tráfico de armas y crimen organizado: amenazas a la seguridad nacional

El complejo escenario estratégico mundial se mueve con una intensa dinámica, en ese entorno cambiante y volátil, las organizaciones y sistemas de seguridad y defensa nacional deben asumir con responsabilidad los desafíos de la modernidad.

Uno de los problemas principales que afecta a la seguridad de los países latinoamericanos, lo constituyen las amenazas —transnacionales— como el narcotráfico, el lavado de dinero, el tráfico de armas y la trata de personas, entes ilícitos catalogados como —crimen organizado—.

Al existir un incremento en el tráfico de armas, se ha incrementado significativamente la violencia social en nuestros países, México junto con los países de Centro América, presentan el mayor número de armas ilegales que superan el millón y medio de artefactos distribuidos entre la población civil.¹⁹³

El surgimiento de nuevos liderazgos en las organizaciones criminales, la formación académica de algunos integrantes de las nuevas generaciones criminales, la gran facilidad para obtener armamento de gran potencial por la frontera norte o sur, la corrupción en los controles aduaneros de nuestro país para introducir esas armas al territorio nacional, los alcances tecnológicos derivados de la globalización y los fenómenos comunicacionales, migratorios y financieros consecuentes de la propia globalización, aunado a una debilidad institucional y jurídica de algunas instancias responsables de la seguridad, la justicia y la inteligencia del Estado, incluyendo la corrupción en áreas estratégicas del poder público: Fueron transformando las

¹⁹³(Eduardo Vázquez Rossainz. CEO de SACI Jun 02, 2014, Taller Seguridad Nacional)

actividades criminales vinculadas con el tráfico de drogas en una gran y poderosa industria criminal globalizada y transnacional.

La transnacionalidad de la criminalidad, que antes representaba un riesgo para la seguridad pública se convirtió en un problema de seguridad nacional, al estar la estabilidad del Estado Mexicano y el régimen de gobierno amenazados por las organizaciones criminales. Más grave se convirtió el fenómeno, cuando se encontraron indicios de que los cárteles de Sinaloa, Golfo, la Familia Michoacana, el Cártel de Juárez, de Tijuana, no actúan solos y tienen una operación no sólo local sino regional y en algunos casos prácticamente nacional. Estas organizaciones han establecido ramas de operación en diversas naciones principalmente de América Latina, Caribe así como Estados Unidos y Canadá.

La transnacionalidad criminal entonces no sólo se convirtió en una amenaza para los Estados-Nación, sino que además se convirtió en un verdadero riesgo para todo el hemisferio.¹⁹⁴

Hoy no es posible ubicarlo sólo en un contexto local si se quiere entender su complejidad; tampoco se puede considerar un asunto exclusivo de seguridad pública por el poder y la incidencia que tiene en los lugares donde opera, por lo que llega a constituir una amenaza al Estado de derecho y al sistema democrático del país.

para enfrentar a la delincuencia organizada se requerirán necesariamente acciones concertadas de carácter subregional, regional y mundial, dado que en la actualidad no hay un solo país, al menos en la región latinoamericana, que pueda debilitar sus efectos nocivos unilateralmente.

¹⁹⁴(Narcotráfico y seguridad nacional: el gran reto de México Christian Castaño Contreras)

Se puede afirmar que el crimen organizado continuará siendo un tema pendiente en México al menos a corto y mediano plazos, por la gran complejidad de los factores que determinan su fortaleza, como los siguientes:

Un mercado estadounidense muy redituable económicamente para la venta de drogas.

El contrabando de armas provenientes de Estados Unidos y destinadas a los narcotraficantes (el narcotráfico también se surte del contrabando de armas que proviene de Centroamérica)

Los narcotraficantes mexicanos dejaron de ser transportadores o intermediarios de drogas provenientes de América del Sur con destino a Estados Unidos, para convertirse en líderes y jefes del negocio en territorio nacional. Estos grupos de delincuentes, además, han ampliado sus actividades delictivas a otras esferas del crimen organizado, como el secuestro, el cobro de —derecho de piso‖ y el tráfico de personas y de migrantes. En este contexto, las instituciones de seguridad pública han sido Rebasadas, lo que ha obligado al gobierno mexicano a hacer uso de las fuerzas armadas para contrarrestar sus actividades.

El crimen organizado generalmente cuenta con una estructura de dirección y mando bien definidos, operan por medio de células y rangos de autoridad, cuentan con grupos de sicarios y cuerpos de seguridad propios, establecen controles territoriales, tienen sistemas de comunicación y armamento moderno, vehículos, casas de seguridad y una gran capacidad financiera. **El poder armado tiene como fin asegurar la hegemonía frente a otros grupos o la defensa en caso de que el Estado intente recuperar la autoridad en alguna zona.**

Diversos analistas coinciden en que, al terminar la presidencia de Felipe Calderón, con la detención o el abatimiento de cerca de veintiséis importantes líderes del narcotráfico, se habría iniciado un significativo proceso de fragmentación en algunas de las principales organizaciones

de narcotraficantes, lo que sin embargo daría pie al surgimiento de nuevos grupos delictivos, cuya rivalidad habría originado 65000 muertes.

Entre los principales grupos delictivos responsables de la violencia se encuentran: el cártel de Sinaloa, el cártel del pacífico sur, el cártel de Juárez, el cártel de Tijuana, el cártel del golfo, los zetas, la familia michoacana, los caballeros templarios, la resistencia y el cártel de Jalisco nueva generación.

No podemos considerarlo un problema local, ya que traspasa fronteras y se constituye en un problema de alcance regional y mundial. Por lo anterior, esta actividad ilícita no solamente ha llegado a ser una preocupación del Estado Mexicano sino también de la comunidad internacional por los graves efectos nocivos que tiene sobre la gobernabilidad, el sistema democrático, la economía, las finanzas y por los daños sociales que causa.

La liberalización del comercio internacional y regional, la inversión de capitales y una mayor movilidad de mercancías y personas, son factores que el crimen organizado también ha sabido aprovechar.¹⁹⁵

“El crimen organizado desafía abiertamente a las autoridades, infiltrándose a veces en las esferas del Estado y convirtiéndolas en aliadas de la empresa criminal. Esto causa niveles de violencia desconocidos e implica el refuerzo de la seguridad, agrega costos a la producción, desanima proyectos que podrían generar empleos y riquezas para toda la sociedad y ahuyenta la inversión extranjera”, También es obligatorio tomar en cuenta “la interrelación existente entre homicidios, armas de fuego, trata de personas y comercio de drogas, ya que las drogas

¹⁹⁵(El narcotráfico en México como problema transnacional. Omar Hurtado, Rosa Ma. García Paz. Revista mexicana de política exterior)

*financian las compras de armas que sustentan las guerras entre organizaciones criminales y pandillas para el control de territorios y del tráfico y muchas veces subvencionan las actividades de organizaciones terroristas”.*¹⁹⁶

En Cuanto al entorno geográfico este ha sido un factor decisivo para la presencia y el desarrollo del crimen organizado en territorio Mexicano. Hacia el norte, México comparte una frontera de 3000 kilómetros con la primera potencia del mundo —a través de la cual cruzan anualmente 300 millones de personas y vehículos particulares—, un país con una gran economía y uno de los mercados más atractivos para las drogas por las extraordinarias ganancias que genera. En la frontera sur, México colinda con Guatemala, línea fronteriza altamente vulnerable por su porosidad. Hay ocho cruces formales, pero habría, al menos, 50 cruces vehiculares informales y más de trescientos peatonales. Con Belice, la República Mexicana sólo cuenta con un cruce formal, igualmente poroso. A la vez, Centroamérica se ha convertido en un corredor estratégico para las drogas provenientes de América del Sur.¹⁹⁷

Tomando en cuenta esta posición Geopolítica, encontramos dos principales mercados de armas de fuego entre Estados Unidos y México y la región centroamericana. El primero son los gobiernos de esta área geográfica, que compran y venden armas para fortalecer la seguridad nacional, la defensa del territorio por razones políticas de diversa índole. En segundo lugar se ubica la gran demanda y circulación de armas —la mayoría ilegales— que proviene de los grupos o individuos que las requieren para actividades delictivas, como la delincuencia organizada transnacional.

¹⁹⁶ Dra. Susana Beatriz Ferro Ilardo. Estudios latinos e iberoamericanos (sbfi)Fumpades ONG Segunda Parte.

¹⁹⁷ (El narcotráfico en México como problema transnacional. Omar Hurtado y Rosa Ma. García Paz Revista mexicana de Política Exterior)

México y los países de Centroamérica están ubicados en un corredor estratégico para el tráfico de armas de fuego en la región y están atrapados entre Estados Unidos –el mayor fabricante de armas de fuego en el mundo–, al norte y Colombia al sur –el mayor productor mundial de cocaína. El tráfico y la distribución de este narcótico hacia los mercados norteamericanos, europeos y del resto del mundo se protege por medio de armas de alto poder bélico, la mayoría en manos de los grupos criminales que se ocupan del negocio ilícito.¹⁹⁸

De acuerdo a la definición legal, el tráfico de armas consiste en la introducción al territorio nacional, en forma clandestina, de armas, municiones, cartuchos, explosivos y materiales de uso exclusivo del Ejército, Armada y Fuerza Aérea o sujetos a control. Esta norma es explícita en el artículo 84 de la Ley Federal de Armas de Fuego y Explosivos, De las investigaciones realizadas en México por el Ministerio Público Federal, apoyado por la Policía Federal y el Ejército Mexicano, así como del intercambio de información a través de la asistencia jurídica con las autoridades de justicia de los Estados Unidos de América, se tiene conocimiento que la modalidad preferida de los traficantes de armas es comprarlas a ciudadanos americanos o residentes legales que, a cambio de una cantidad de dinero. Así, los traficantes median entre el interesado y el vendedor autorizado de armas, para introducirlas a nuestro país, tanto por los 19 cruces de paso formales existen como por los incontables cruces informales a lo largo de los 3,152 kilómetros de frontera común

Las armas se pasan de los Estados Unidos ocultas en vehículos terrestres, en las llantas de refacción, respaldo de asientos, oquedades fabricadas en las carrocerías. La introducción se verifica a modo de operación —Hormigal y no en grandes cantidades a la vez. Hasta el momento,

¹⁹⁸(Simone Luca Tello, Atlas de la seguridad y defensa de México. Primera edición, diciembre de 2012© Colectivo de Análisis de la Seguridad con Democracia A.C

no se ha detectado en México que alguna organización delictiva extranjera o nacional, se dedique exclusivamente al tráfico de armas.¹⁹⁹

Un interesante descubrimiento fue hecho por las autoridades mexicanas en noviembre de 2011, cuando encontraron un contenedor de transporte en ruta desde Turquía, con destino a Nicaragua, que llegó al puerto de Lázaro Cárdenas, en la costa del Pacífico, lleno de armas: 900 estaban escondidas en el interior del recipiente, incluyendo pistolas y escopetas.

Existe un vínculo logístico entre las rutas del tráfico de armas y el de drogas, debido a que la delincuencia organizada transnacional utiliza las mismas rutas, bien sean marítimas, aéreas o terrestres. Los grupos que disponen de mayores recursos económicos y tienen estrategias más sofisticadas utilizan rutas aéreas, a pesar de su costo elevado y muchos más controles de seguridad. No obstante, este medio les permite transportar cargas en ambos destinos, por ejemplo armas y drogas.²⁰⁰

En este sentido, es muy difícil establecer cuáles son las rutas de tráfico; no puede atribuirse a Estados Unidos la totalidad del contrabando sólo por su cercanía. México es un país con gran apertura comercial mundial y todos sus puertos de entrada –no sólo los terrestres– se pueden prestar para el tráfico ilegal de armas, junto con los de narcóticos y otros productos ilegales.

Existen varios medios de transporte a través de los cuales se trafican las armas en México y Centroamérica. Pueden ser movidas por tierra, por lo general a través de las autopistas, por donde viajan escondidas en compartimientos secretos de camiones u otros vehículos, en el interior de los neumáticos o en los tanques de combustible. Los traficantes suelen utilizar las

¹⁹⁹(Tráfico de armas Mex USA por un México libre de delincuentes. Gobierno Federal PGR SEDENA SSP SEGOB SEMAR)

²⁰⁰(La lucha contra el tráfico de armas. Gleb Zingerman)

principales rutas comerciales, como la carretera Panamericana, que cruza toda Centroamérica. El hecho de que existan pocos controles en los pasos fronterizos facilita el comercio terrestre.

La otra forma de cruzar armas ilegales es el conocido —tráfico hormigal, en el cual los individuos transportan pequeñas cantidades de un país a otro.

Las investigaciones policiales muestran que las armas pequeñas (revólveres y pistolas) con destino, a Guatemala, entran a ese país por la frontera con México a través de este mecanismo. En la frontera de Nicaragua con Honduras los agricultores intercambian las armas de fuego por productos de consumo básico, y también este sistema forma parte de La modalidad del tráfico hormiga, un método común en el tráfico de la región implica el desvío de la mercancía durante los envíos legales de un país a otro.

La corrupción en las fronteras facilita este proceso. Algunos funcionarios del gobierno, incluso de nivel local, pueden aceptar sobornos a cambio de licencias de exportación o de los certificados de usuario final. Para estos burócratas, que a menudo son mal pagados, los sobornos en efectivo son un beneficio inmediato. Por otra parte, los funcionarios llegan a ser amenazados o extorsionados por los grupos delictivos si se niegan a franquear el acceso a los cargamentos.²⁰¹

El tráfico de armas bajo el dominio de la ilegalidad es un fenómeno complejo. Una de sus dimensiones la constituye la económica, donde las ventajas que gozan las organizaciones en sus márgenes costo-beneficio explican la expansión de actividades ilegales. Se calcula que los márgenes de ganancias netas de las organizaciones criminales llegan al 550% en México.

²⁰¹(Simone Luca Tello, atlas de la seguridad y defensa de MéxicoPrimera edición, diciembre de 2012 © Colectivo de Análisis de la Seguridad con Democracia A.C)

El tráfico de armas por parte de la delincuencia organizada representa un canal ideal para el apoyo logístico de células terroristas en Europa y Estados Unidos. Por lo tanto, se debe pensar que el tráfico de armas es un vínculo adicional entre el terrorismo.

EL Protocolo de la ONU contra la fabricación y el tráfico de armas de fuego, en sus artículos IV y V respectivamente, establecen la obligación de los Estados miembros de tipificar como delito la fabricación y el tráfico de armas. Por lo tanto, en los artículos 81 a 86 de la Ley Federal de Armas de Fuego y Explosivos el Estado determina las sanciones por portación, acopio, posesión, importación, tráfico y fabricación de armas de fuego y explosivos. Además, cabe mencionar que la Ley Federal contra la Delincuencia Organizada declara su competencia para perseguir los delitos señalados en los artículos 83 y 84 de la Ley Federal de Armas de Fuego y Explosivos, siempre y cuando éstos hayan sido cometidos por grupos delictivos, como lo determina la legislación nacional

Como resultado de la deficiencia de regulación en materia de venta de armas de fuego y falta de supervisión y controles adecuados, el mercado ilícito se enriquece de mercancía y el método principal que utilizan para adquirir armas es —moverl armas del mercado lícito hacia el ilícito. No obstante, hay que señalar que —moverl armas sería más difícil sin la complicidad de los funcionarios públicos a través de corrupción o negligencia en su función aduanera

Las técnicas para introducir las armas en el mercado ilícito son:

1. La corrupción. Los funcionarios permiten la exportación, tránsito o importación de armas a pesar de la violación a la legislación; los funcionarios otorgan las licencias de exportación o importación de armas a aquellos que no gozan del derecho a adquirir estas licencias; y los oficiales de aduana no revisan los cargamentos, dejando pasar todo.
2. Pérdida o robo de arsenales de las bodegas militares que nunca son recuperados y terminan en el mercado ilícito.
3. Robo de armas a las personas que las adquirieron de manera legal.

Cabe señalar que muchos intermediarios, durante la Guerra Fría, actuaban en nombre de los Estados Unidos o de la URSS; no obstante, después del colapso de la Unión Soviética, siguen operando y utilizando las mismas redes de colaboradores. Por otro lado, debemos reconocer que donde colindan los mercados negro y blanco se forma un mercado gris.

Es precisamente este espacio el que utilizan los intermediarios para comprar o vender armas mediante deficiencias o falta de control nacional o embargos internacionales. Al mismo tiempo, aplican ciertas técnicas sofisticadas como falsificación de certificados, licencias o permisos para transportar las armas del país de origen a su destino o cliente.²⁰²

Entre los principales actores basados en el análisis de los aseguramientos de armas de fuego y municiones, y de la detención de personas, se puede establecer que las organizaciones delictivas identificadas como —Cártel del Golfo y —Zetas, son las de mayor presencia y activismo delictivo y violento.

²⁰²(<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/5/2199/11.pdf>)

A estas organizaciones se les ha asegurado el mayor número de armas de fuego y de características especiales por su versatilidad, potencialidad lesiva, alcance, penetración y volumen de fuego.

Destacan las armas tipo cohetes antitanque de los tipos M72 y AT-4, Lanza Cohetes RPG-7, Lanza Granadas MGL Calibre 37mm., Aditamentos Lanza Granadas calibres 37 y 40 milímetros, Granadas de 37 y 40 milímetros, Granadas de Fragmentación, Fusiles Barret calibre .50l, así como armas de fuego de Nueva Generación como la Sub Ametralladora y la Pistola FN Herstal de fabricación Belga, importada por los Estados Unidos de América, calibre 5.7x28mm, conocida como —Five-Sevenl y que por sus características técnicas, así como por las cualidades de su munición, Subsónica, Trazadora y de penetración es capaz de traspasar los blindajes de Keblar y Crisat, llamada también —Matapolicíasl.

En segundo lugar, en cuanto al aseguramiento de armas de fuego convencionales y de características especiales, es el llamado —Cártel de los Hermanos Arellano Félixl, a cuyas células, operativas, se les ha asegurado, en menor proporción, algunos Fusiles Barret, Lanza Cohetes y Sub Ametralladoras FN Herstal, calibre 5.7x28.

En un tercer sitio se encontraría al denominado —Cártel del Pacíficol y grupos afines (Mayo Zambada, Carrillo Fuentes) con presencia significativa pues es un grupo numeroso a los que se les han asegurado a integrantes en posesión de armas cortas y fusiles de asalto de características convencionales, se les han asegurado lanzagranadas y granadas de calibre .37 milímetros. Las cifras presentadas de ningún modo son motivo de satisfacción y menos de orgullo pues significa que el problema persiste, que han resultado inútiles los esfuerzos hasta ahora realizados, pero

que habrá que redoblarlos para lograr la contención y proscripción del fenómeno del tráfico de armas de fuego a nuestro país.²⁰³

Según un informe de la Procuraduría General de la República (PGR) enviado al Senado de la República, se estima que en México circulan 15 millones de armas ilegales, además de 5.5 millones cuyos propietarios cuentan con permiso de portación expedido por la Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA). Estimaciones de Small Arms Survey, sugieren que hay un circulante que podría llegar a 16.5 millones de armas, del cual el 85% se considera en status ilegal.²⁰⁴

Desde la Constitución del 17, el artículo 10, señaló que los habitantes del país tenían la libertad de poseer armas de cualquier clase, para su seguridad y legítima defensa, con excepción de las prohibidas expresamente por la ley y de las que la nación reserve para el uso exclusivo del Ejército, Armada y Guardia Nacional; pero estableció que no podrían portarlas en las poblaciones sin sujetarse a los reglamentos de policía. En octubre de 1971 se reformó el artículo 10 para limitar la posesión al domicilio y establecer que la ley determinaría los casos, condiciones, requisitos y lugares en que se podría autorizar la portación. Se precisó como atribución federal el control de armas, que se hacía conforme al Código Penal Federal, pero no estaba expresa en la Constitución.

Así, el artículo 10 Constitucional quedó así:

“Artículo 10. Los habitantes de los Estados Unidos Mexicanos tienen derecho a poseer armas en su domicilio, para su seguridad y legítima defensa, con excepción de las prohibidas por la Ley

²⁰³(Tráfico de armas Mex-USA, por un México libre de delincuentes. Gobierno Federal PGR, SEDENA, SSP, SEGOB, SHCP, SEMAR)

²⁰⁴(Serie Azul Temas Internacionales La visión de los legisladores ¿ES POSIBLE DETERNER EL TRÁFICO DE ARMAS? CARLOS FLORES RICO Mayo de 2011)

Federal y de las reservadas para el uso exclusivo del Ejército, Armada, Fuerza Aérea y Guardia Nacional. La ley federal determinará los casos, condiciones, requisitos y lugares en que se podrá autorizar a los habitantes la portación de armas”²⁰⁵

La estimación de las armas sin registro está —entre 2 y 15 millones o más—, mientras que las armas en manos militares serían 1 millón; además de unas 425 mil detenidas por oficiales de policía.

El tráfico de armas es el segundo delito en importancia del crimen organizado en México, después del tráfico de drogas pero el que más daño genera a la población y al Estado.

En México las armas en manos de la población están totalmente fuera de control y son el alimento principal, tanto del crimen común como del crimen organizado

Algunas autoridades calculan que durante el gobierno de Felipe Calderón entraron diariamente unas 2 mil armas de grueso calibre, rifles de asalto, granadas de mano, metralletas, etcétera, y que el destinatario promedio no es un ciudadano que desea protegerse o cualquier delincuente que desea equipar su oficio; sino, verdaderos grupos delincuenciales que las utilizan para combatir entre ellos, mejorar su capacidad de intimidación en sus actividades delictuosas y desafiar el poder de las autoridades.

Cuando la cifra de ejecuciones violentas relacionadas con las drogas llegó a 28 mil en los primeros 4 años de gobierno de Calderón, más de 2 mil policías habrían caído víctimas de esas armas, se contabilizan más de 35 mil ejecuciones relacionadas con el flagelo criminal del hampa organizada.

²⁰⁵ Serie Azul Temas Internacionales La visión de los legisladores ¿ES POSIBLE DETENER EL TRÁFICO DE ARMAS? CARLOS FLORES RICO Mayo de 2011)

El crimen común constituye la principal amenaza a la población, la delincuencia organizada y sus actividades conexas, son la principal amenaza al Estado. “Ello se debe a una sencilla razón: el crimen organizado le disputa al Estado espacios de poder y el ejercicio legítimo de la fuerza y está construyendo un poder paralelo basado en el terror, el asesinato y el control territorial.

Es tan frecuente el paso de armas que hasta la autoridad puede trazar las rutas de su internación.

Según —Tráfico de Armas México-USAll, el tipo de armas que ingresan por EUA son:²⁰⁶

MARCA	ORIGEN
Colt	EUA
Smith & Wesson	EUA
Sturm Ruger	EUA
Llama Gabilondo & Cia.	España
Remington	EUA
Winchester	EUA
Star	España
Beretta	Italia y E.U.A.
Browning	EUA Bélgica, Alemania, Italia, Japón
Norinco	China

²⁰⁶ Serie Azul Temas Internacionales La visión de los legisladores ¿ES POSIBLE DETENER EL TRÁFICO DE ARMAS? CARLOS FLORES RICO Mayo de 2011)

Marlin Firearms EUA

Jennings Firearms EUA

Raven Arms EUA

Este panorama muestra una fluidez entre los cárteles de la droga y el mercado negro de las armas.

De ahí la importancia de que exista una legislación integral que considere los distintos factores determinantes tanto del origen como de los diversos impactos que provoca el tráfico de armas, tanto en la relación México-Estados Unidos como en un contexto internacional.

Los efectos generados por el tráfico de armas son:²⁰⁷

- Empoderamiento de la ilegalidad y la violencia
- Vinculación de jóvenes a grupos y/o prácticas delictivas
- Uso de armas en grupos de jóvenes y adolescentes
- Muertes violentas y/o accidentales provocadas por el uso de armas.
- Expansión de una cultura de la violencia a través de diversos medios (cine, publicaciones, internet, etc.).

Pese a que México tiene una de las legislaciones más estrictas del mundo en materia de tenencia de armas, las autoridades confiscan sólo 14% de las 252 mil que cada año cruzan ilegalmente por la frontera norte.²⁰⁸

²⁰⁷(CNN México José M. Ramos es investigador del Departamento de Estudios de Administración Pública de El Colegio de la Frontera Norte)

²⁰⁸(Revista Proceso ejemplar 1900)

Detrás del tráfico de armas existe un negocio legal e ilegal que cada año arroja ganancias por más de 45 mil millones de dólares en todo el mundo. De ahí que en este contexto, encontrar una salida efectiva y conjunta al problema se vea como una tarea titánica. El número de tiendas de armas crece cerca de la frontera sur de Estados Unidos, 6 mil 700 armerías se concentran en las zonas fronterizas de California, Arizona, Nuevo México y Texas, con un promedio de dos establecimientos por kilómetro.

A continuación puntos de énfasis sobre la producción y el tráfico de armas entre Estados Unidos y México.²⁰⁹

- La PGR ha reconocido que de cada 10 armas decomisadas al crimen organizado, entre 8 y 9 provienen de Estados Unidos.
- De 1995 a febrero de 2012 por ejemplo, la dependencia registró el aseguramiento de 131 mil 990 armas de fuego; 11 millones 568 mil 623 municiones y 9 mil 785 granadas. El 90% de este armamento es norteamericano (Fuente: PGR).
- El Instituto Internacional de Paz de Estocolmo, estima que Estados Unidos destina más de 340 mil millones de dólares al año para el desarrollo, producción e implementación de armas, que lo convierte en el país armamentista más grande del mundo, por encima de Rusia y Alemania.
- Funcionarios de la Procuraduría General de la República (PGR) en México, reconocen en documentos oficiales que entre las armas decomisadas a los grupos del narcotráfico, hay varias que les proporcionan ***“poder y volumen de fuego, que hace vulnerable a las instituciones de seguridad pública”***.

²⁰⁹(Revista Proceso ejemplar 1900)

- Una encuesta realizada -[Small Arms Survey](#)ll, organización no gubernamental con sede en Ginebra, Suiza, estableció que México contaba un circulante de armas que superaba los 15 millones. De ese total, un 85% (12 millones 750 mil) era ilegal.

“Con ese armamento se podría equipar 48 veces a cada uno de los 264 mil soldados y marinos en activo del Ejército Mexicano.”

- Los cárteles de la mafia en México y Estados Unidos utilizan -a la inversa- las rutas del cruce de drogas para transportar armas, municiones y dinero, entre estos pasos los llamados narco túneles son usados ida y vuelta. Así lo han reconocido funcionarios de la ATF y la PGR.
- Al menos 10 mil establecimientos dedicados a la venta de armas se encuentran establecidos en las ciudades de Estados Unidos que tienen frontera con México. En estos puntos se surten de armas y municiones muchos de los grupos de la delincuencia organizada que operan en México²¹⁰

Autoridades de la ATF y de la Procuraduría General de la República (PGR), tienen detectadas 6 de las principales rutas del tráfico de armas hacia México. También tienen ubicadas a las organizaciones criminales que las controlan.

El 50.3 % de las armas incautadas fueron vendidas en Texas, un 29,1 % en Arizona y un 3 % en California, y que los estados mexicanos donde fueron confiscadas fueron Tamaulipas (21.8 %), Sonora (17.8 %) y Nuevo León (7 %), tres de los fronterizos.²¹¹

²¹⁰(Fuente: Comisión de Seguridad Pública de la LX Cámara de Diputados).

²¹¹(REVISTA ANIMAL POLITICO 10 puntos sobre el tráfico de armas entre EU y México marzo 10, 2011 Francisco Sandoval)

- San Diego, California-Tijuana, Baja California, controlada por el Cártel Arellano Félix.
- Caléxico, California-Mexicali, Baja California, manejada por el Cártel de Sinaloa.
- Yuma, Arizona-San Luis Río Colorado, Sonora, bajo el control del Cártel de Sinaloa.
- Tucson, Arizona-Nogales, Sonora, operada por los cárteles de Sinaloa y de los hermanos Beltrán Leyva.
- Las Cruces, Nuevo México-Juárez, Chihuahua, controlada por Cártel de Juárez.
- Laredo, Texas-Nuevo Laredo, Tamaulipas, operada por el Cártel del Golfo.

Los estados en donde se han obtenido cifras más altas, son en donde se ha concentrado la acción del Gobierno Federal en contra de la delincuencia organizada.²¹²

- En armas largas, los estados más relevantes son Michoacán, Jalisco, Tamaulipas, Sonora y Chihuahua.
- En municiones, Tamaulipas, Sonora, Michoacán, Chiapas y Veracruz.
- En granadas Tamaulipas, Michoacán, Chiapas, Veracruz y Sonora

Los principales puntos de acceso son: Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas con un 70%

El tráfico ilegal de armas representa una "amenaza a la seguridad nacional" el crecimiento de este fenómeno se debe a la cercanía con Estados Unidos, que es el principal exportador, y a la gran demanda de los grupos delincuenciales.

Durante la administración que encabezó Felipe Calderón fueron decomisadas 125 mil 990 armas, mientras que en el periodo presidencial de Enrique Peña Nieto van 12 mil 664.

²¹²(Por un México libre de delincuentes PGR)

La gran parte de las armas que llegan a México no se compran en armerías, sino a través de los tianguis en Estados Unidos que no cuentan con un registro del usuario final.

Las armas largas de mayor aseguramiento -entre 2011 y 2013 y las cuales fueron aseguradas estrictamente a personas vinculadas con alguna organización delictiva- son calibre 223 y 762/39, mientras que dentro de las cortas predominan el calibre 9 mm., el 38 y 45.²¹³

Los artefactos ilegales no van de la mano con el número de muertos, toda vez que también son utilizadas para robo, secuestro y extorsión.²¹⁴

Además este tráfico armamentístico podría incrementarse debido a una mayor demanda del mismo por parte de los grupos de autodefensa que han aparecido en México y de la demanda de los grupos criminales ligados al narcotráfico.

Si bien es cierto que las autoridades Estadunidenses coinciden con el gobierno Mexicano en que el crimen organizado adquiere armas cada vez más sofisticadas en ese país, también es verdad que difícilmente pueden frenar su venta sin antes cambiar la legislación. Estados Unidos cuenta con la Segunda Enmienda a la Constitución que facilita la venta libre de armas en ese país.

(La Segunda Enmienda sobre el derecho de poseer armas fue propuesta en septiembre de 1789 y promulgada en diciembre de 1791)

Los cuantiosos ingresos que produce el tráfico de drogas en Estados Unidos tendrían, según diversos analistas, dos principales destinos: por un lado, parte de los fondos se enviarían

²¹³(Periódico El Financiero Versión Digital 26.06.2014)

²¹⁴(Milenio.com Israel Navarro 27/06/2014)

ilegalmente a México o a algún otro país para su —blanqueo y, por el otro, se destinarían a la compra de armas para los grupos de narcotraficantes, así como para reforzar sus operaciones.

El dinero ilícito del narcotráfico tiende a integrarse a la estructura financiera y económica del país por medio del lavado de dinero, lo que menoscaba el desarrollo y a los mismos sectores financieros y empresariales. Situaciones de esta índole deterioran además la imagen y el prestigio internacional del país, exacerbando la desconfianza y afectan las inversiones y el turismo.

Esta situación tiende a incrementarse y es difícil de abatir ya que las actuales condiciones de los mercados nacionales e internacionales facilitan la incorporación de dinero obtenido ilícitamente en los mercados, en sectores como los de bienes y servicios.²¹⁵

Los cinco miembros permanentes del Consejo de Seguridad de la ONU (Estados Unidos, China, Rusia, Francia y el Reino Unido) Producen un total de casi el 85% de la flota mundial de armas. Estados Unidos exporta casi el 15% de su producción, el Reino Unido y Francia, el 25% y 20% respectivamente. Casi el 80% de las ventas van a los países más pequeños y más pobres, especialmente para las áreas problemáticas en el mundo en desarrollo.

“el crimen organizado y el tráfico de armas se ha convertido, gracias a la globalización y los paraísos fiscales, en un comercio que pone en circulación enormes cantidades de capitales, utiliza una fuerza de trabajo importante, medios de transporte, la corrupción y todas las formas de presión y de influencia. la globalización ha internacionalizado al crimen organizado y el tráfico de armas poniendo en contacto a todas las mafias y organizaciones criminales de todo el mundo y

²¹⁵(El narcotráfico en México como problema transnacional. Omar Hurtado Rosa Ma. García Paz revista Mexicana de Política exterior)

los paraísos fiscales aseguran la impunidad y el blanqueo de dinero negro del crimen organizado, del narcotráfico, del terrorismo, del tráfico de armas, del tráfico de personas y de la corrupción en general”.

El informe “La narco insurgencia de México y la política antidrogas de Estados Unidos” elaborado por el Instituto de Estudios Estratégicos, que es el encargado de proporcionar análisis al Departamento de Defensa de Estados Unidos sobre seguridad nacional y geo estrategias, indica: “los cárteles mexicanos del narcotráfico, están empleando fuerza paramilitares privadas que usan armas avanzadas y son reconocidos por su brutalidad, siendo Los Zetas los más conocidos y son considerados por oficiales de Estados Unidos como el ejército privado de México tecnológicamente más avanzado, sofisticado, y violento”.

El tráfico de armas esta tan ligado al narcotráfico que los caminos de la distribución de la droga se utilizan en sentido inverso para exportación ilegal de las armas. La mayoría de las veces los narcotraficantes pagan con droga y así los traficantes de armas entran también en este circuito del mundo de las drogas.

La socióloga Magda Coss destaca el impacto social que genera el empleo de la violencia armada: “Una percepción de inseguridad y miedo, lo que deriva en el deterioro del tejido social y en la pérdida de productividad, socava la inversión en desarrollo y cuesta una enorme suma a la sociedad en su conjunto, por el gasto público para combatir la inseguridad”²¹⁶

Enfrentando la problemática

Para enfrentar la problemática del tráfico de armas, los gobiernos de México y los Estados Unidos desde 1995 han fortalecido los mecanismos de intercambio de información, a fin de

²¹⁶Dra. Susana Beatriz Ferro Ilardo. Estudios latinos e iberoamericanos (sbfi)Fumpades ONG.

mejorar las técnicas de identificación, detección e interceptación, que coadyuvan en la prevención y control de este ilícito. En este esquema, el gobierno de México creó el Grupo de Coordinación Interinstitucional para la Prevención y Control del Tráfico de Armas de Fuego, Municiones y Explosivos (GC-Armas), integrado con representantes de 6 secretarías de Estado (SRE, SDN, SEMAR, SHCP, SG, SSPF) y la P.G.R., manteniendo estrecho enlace con el Buró Federal de Alcohol, Tabaco, Armas de Fuego y Explosivos (ATF) de los E.U.A., para implementar acciones tendientes a combatir el tráfico de armas.²¹⁷

Los gobiernos de México y Estados Unidos han establecido mecanismos de cooperación para prevenir y controlar el tráfico de armas aunque la violencia en la frontera norte de México presenta retos para la colaboración bilateral entre agencias. La Procuraduría General de la República de México (PGR) firmó un protocolo de colaboración con la Agencia de Inmigración y Aduanas de Estados Unidos (ICE en inglés) para castigar a los traficantes de armas.

Con ello se busca recopilar información que permita preparar casos judiciales contra traficantes en ambos lados de la frontera. El gobierno de México también creó el llamado Grupo de Coordinación Interinstitucional para la Prevención y el Control del Tráfico de Armas de Fuego Municiones y Explosivos (GC-Armas), en el que participan 6 secretarías de estado y la PGR, que tiene relaciones de cooperación con el ATF de Estados Unidos.

Por su parte, el gobierno de Estados Unidos ha establecido mecanismos para intercambiar información de inteligencia entre sus agencias y México. Destaca el papel en ese esquema de la Célula de Inteligencia sobre la Violencia en la Frontera (The Border Violence Intelligence Cell- BVIC- en inglés), dentro de El Paso Intelligence Center (EPIC en inglés), que le sirve al ICE

²¹⁷(Tráfico de armas Mex-USA por un México libre de delincuentes. Gobierno Federal. PGR SEDENA, SSP, SEGOB, SEMAR)

como punto central de referencia para analizar tendencias en la violencia fronteriza y el tráfico de armas.

La BVIC también le proporciona apoyo a las instituciones policíacas de México que investigan asesinatos de sus miembros y de funcionarios de gobierno. Se prevé que el ICE y el ATF compartan información más sólida con otras agencias de Estados Unidos y con las Mexicanas. También, que las agencias de EEUU trabajen con el Departamento de la Defensa para incluir el tema de la

Información compartida en las pláticas con militares de México y América Central. Esto es importante por el tipo de armamento militar utilizado por las Organizaciones de traficantes.

El gobierno mexicano debe mejorar la capacitación de sus Agentes Aduanales, oficiales en comercio exterior y policías. Además de reducir de manera sustantiva los niveles de corrupción a través del fortalecimiento de los mecanismos internos y Externos de rendición de cuentas de la policía y otras agencias gubernamentales, para evitar que las armas entren de manera ilegal al país.

En Estados Unidos es fácil comprarlas, pero en México es muy fácil introducirlas. México y Estados Unidos deben sin duda reforzar la cooperación entre sus instituciones competentes en asuntos de tráfico de armas.

Pero no habrá resultados importantes si no se cumplen por lo menos las condiciones anteriores, dado que la desaparición de las armas no es un escenario realista y los fabricantes y vendedores de las mismas, al igual que los traficantes, no se auto-regularán.²¹⁸

²¹⁸(Informe de política del IDPC. El tráfico de armas de Estados Unidos hacia México. Responsabilidades diferentes. INTERNATIONAL DRUG POLICY CONSORTIUM)

Así mismo es recomendable ejecutar los siguientes operativos de control:

1. Investigación y castigo a la corrupción, complicidad y negligencia que existe en las

ADUANAS, que son la causa principal de la entrada ilegal de armas al país.

2. Campañas de despistolización, por lo menos en los 9 estados arriba de la media nacional en el índice delictivo y concentran la crisis de Seguridad, y el 60 % de los delitos.

Acciones preventivas:

1. Destrucción efectiva del excedente de las armas decomisadas. (Recomendación de la ONU a fin de reducir la circulación de armas.)

2. Dar cumplimiento, en los tres órdenes de gobierno, a la disposición Legal de realizar campañas educativas permanentes.

3. Reformar la Ley de Armas de Fuego y Explosivos a fin de actualizarla.

4. Actualizar y revisar las licencias de portación de armas que existen Desde 1972.

5. Intensificar y consolidar las políticas de persecución y decomiso de Armas ilegales, acorde con el marco regulatorio de la Ley Federal de Armas de Fuego y Explosivos.²¹⁹

Sin duda una de las acciones estratégicas que habrá de implementarse en el futuro inmediato es la consolidación de los sistemas de inteligencia nacional. Se ha duplicado para éste año el presupuesto que tiene para su desempeño el Centro de Investigación y Seguridad Nacional, pero será una adecuada coordinación en la diversas áreas de la administración pública federal que forman parte del Consejo de Seguridad Nacional así como con las áreas que desarrollan trabajo de inteligencia en el Ejército mexicano y la Armada de México, las que provean de mejores resultados a la sociedad y al gobierno en el combate a las organizaciones delincuenciales,

²¹⁹(Serie Azul Temas Internacionales La visión de los legisladores ¿ES POSIBLE DETERNER EL TRÁFICO DE ARMAS? CARLOS FLORES RICO Mayo de 2011)

estableciendo de manera oportuna mecanismos de prevención social, económico y político que inhiban su crecimiento y fortaleza.

Para contrarrestar este flujo, S recomienda a Estados Unidos un mayor control del comercio doméstico, ya que desde los ochenta las 2 mil 200 fábricas establecidas en ese país produjeron 98 millones de armas cortas y largas.²²⁰

²²⁰(Revista Proceso ejemplar 1900)

Estrategias a implementar²²¹

- Identificar a los actores principales del mercado de armas de fuego, municiones y explosivos: el sector demanda, oferta y los intermediarios.
- Rutas externas e internas del tráfico de armas y medio de transporte: aéreo, marítimo, terrestre.
- Fuentes y origen de las armas: el país productor, el país exportador, los países de tránsito.
- Relaciones con la delincuencia organizada y las redes transnacionales.
- Relaciones de corrupción de los funcionarios públicos: el nivel de infiltración.
- Relación con intermediarios: las compañías que ostentan permisos de importación y venta de armas, municiones y explosivos.
- Relación con el lavado de dinero

Conclusiones

- El éxito en la lucha contra el tráfico de armas de fuego, municiones y explosivos, vinculado con la delincuencia organizada y el terrorismo, depende mucho de la capacidad y efectividad del Estado para utilizar todos los mecanismos legales a su alcance, inclusive la fuerza de la cooperación internacional
- El éxito en el combate contra el tráfico de armas, municiones y explosivos disminuye la capacidad y potencia de la delincuencia organizada. Asimismo, el avance en la lucha contra el tráfico de armas, la delincuencia organizada y la corrupción, por un lado, y el aumento de la efectividad del sistema de justicia y seguridad pública, por otro, contribuyen al desarrollo socioeconómico del país

²²¹ *(La lucha contra el tráfico de armas Gleb Zingerman)*

- El tráfico de armas es un problema con múltiples encrucijadas, en donde no existe un mecanismo binacional o internacional efectivo para reducir este grave problema, cuyos impactos sociales han aumentado, lo que también ha significado un avance en el propósito de migrar de la cultura de la violencia hacia una cultura de la paz y de la seguridad ciudadana.
- El comercio ilícito de armas de fuego, afecta a muchos países del mundo los más pobres son grandes consumidores de armas convencionales de uso militar y de armas pequeñas.
- Los países más poderosos ganan millones de dólares fabricando y exportando armas, el mercado negro se nutre de arsenales remanentes después de los conflictos, cargamentos de armas desviadas o robadas, armas viejas que son sustituidas por otras de más alta tecnología.
- Diferentes fuerzas policiales han subrayado en repetidas ocasiones que los grupos criminales contra los que luchan están mejor armados que ellas.

El tráfico ilícito de armas debe resolverse desde ámbitos múltiples y concurrentes en lo local, nacional, regional e internacional. A nivel mundial y regional se han promovido numerosas iniciativas para controlar el comercio de las armas, municiones y su destino, para evitar que deterioren los derechos humanos, culturales y políticos de las poblaciones, pero no siempre se han traducido en acciones o políticas públicas racionales que den resultados efectivos y resuelvan la amenaza del tráfico mortal. El tráfico de armas entre EUA y México es complejo hasta en el diagnóstico del problema y sus relaciones con otros delitos conexos.

La solución no parece inmediata, el tráfico ilegal entre ambos países involucra intereses económicos legítimos e ilegítimos, empleo y desarrollo empresarial; creencias, valores y principios de tradición cultural. También, ambiciones políticas y prestigios electorales. Así

mismo el nivel de seguridad, la aparición de grupos criminales, el tráfico ilícito involucra y amenaza la economía y la situación social de los países que sufren su embate violento, y padecen elevados índices de pobreza, desigualdad y ruptura del tejido social por la disolución de valores. Son estos fenómenos, entre sí, el verdadero veneno para la paz social y la subsistencia de nuestras Democracias.

Frenar el tráfico de armas entre las frontera de EAU y México puede ser viable en el mediano plazo si tenemos un plan nacional correcto y federalista que involucre a los 3 órdenes de gobierno y los 3 poderes en tareas específicas; si reelaboramos una definición de política exterior clara con los Estados Unidos, y con el resto de la comunidad internacional, sobre todo con Centro y Sudamérica; y desde luego, si logramos consolidar una voluntad a prueba de armas poderosas como la corrupción, las tentaciones político electorales y las ocurrencias que sólo atinan a exigir la tipificación de más delitos, de elevar las sanciones, de hacer más cárceles y autorizar más recursos para vigilar más a los corruptibles de siempre.

La solución más económica, Accesible y definitiva seguramente está en un nuevo modelo de desarrollo económico y otro enfoque del combate a la delincuencia organizada y del fuero común, que con inteligencia, honestidad, precisión de objetivos y un sistema judicial renovado avance en la primera: y política social amplia y productiva en la segunda, resuelva, desde la educación, las oportunidades y el empleo, la condición general de exclusión que caracteriza al México de hoy.

Estados Unidos seguirá siendo un importante consumidor de drogas en el mundo y su mercado será decisivo para la subsistencia del crimen organizado en México, a la vez que continuará siendo el principal país abastecedor de armas a los cárteles Mexicanos.

La estrategia que se pretenda adoptar contra el narcotráfico deberá impactar en el centro de su estructura que es su capacidad financiera. Entre la mayoría de los analistas hay el consenso de

que para enfrentarlo se debe dar una alta prioridad al combate a la corrupción, principalmente en los cuerpos de seguridad pública y en las instituciones de impartición de justicia para evitar la impunidad. No es exagerado afirmar que la corrupción es otro de los elementos básicos, junto con el financiero y las armas, para la supervivencia y la seguridad de la delincuencia organizada.

El tráfico ilícito y la proliferación de armas es una gran amenaza que claramente socava la capacidad de las instituciones de seguridad, como la policía y el ejército, para hacer frente a los grupos de la delincuencia organizada transnacional. También aumenta el nivel de violencia y de delincuencia común y alimenta la cultura de las armas en la región. Según el Banco Interamericano de Desarrollo las armas de fuego son responsables de la mayoría de los homicidios en México y América Central, y se estima que los daños causados por éstas cuestan entre el 12 y el 14% del producto interno bruto regional.

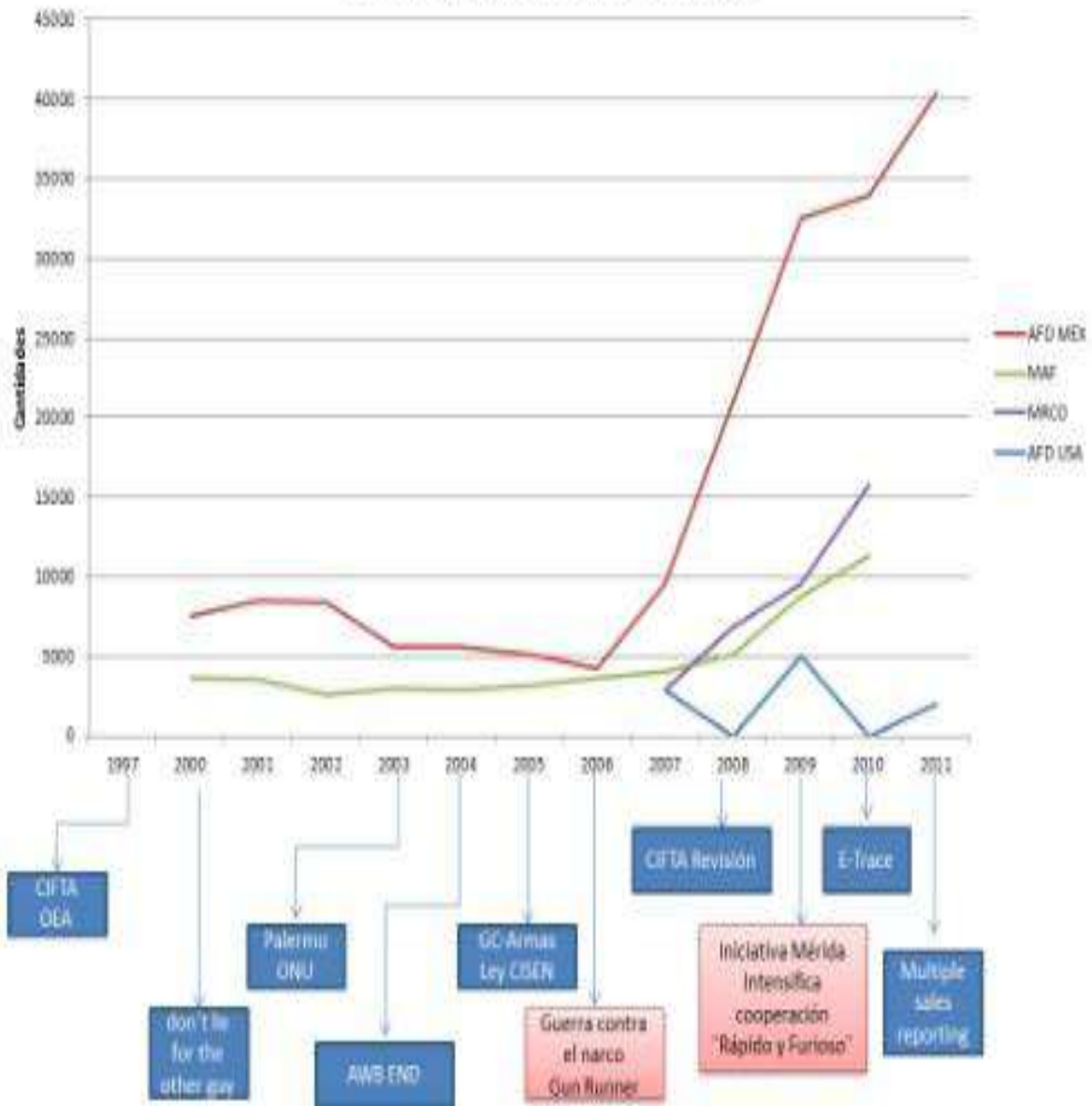
Por último, el cumplimiento internacional y regional con los marcos legales a la exportación, importación y transferencia de armas debe ser promovido con mayor fuerza en el seno de las negociaciones internacionales del Tratado de comercio de armas.

Anexos

Tráfico de armas MEX-USA por un México libre de delincuentes gobierno federal PGR SEDENA SSP SEGOB SEMAR)

Estrategias implementadas contra el tráfico ilícito de armas					
Fecha	Estado	Agencia	Estrategia	Tipo a)/b)	Comentarios
2000	USA	National Shooting Sports Foundation (NSSF), trade association for the firearms industry, in coordination with the Bureau of Alcohol, Tobacco, Firearms and Explosives (ATFE), the Department of Justice (DOJ) and Office of Justice Programs (OJP)	Don't Lie for the Other Guy	a	El objetivo del programa "no mienta para el otro tipo" es reducir las compras paja de armas de fuego en el sector minorista y para educar a los posibles "compradores paja" - la adquisición ilegal de un arma de fuego por una persona para otra- de las sanciones de participar a sabiendas en una compra de armas de fuego ilegal.
2005	MEX	Interinstitucional SRE, SDN, SEMAR, SHCP, SG, SSPF y P.G.R	(GC- Armas)	b	<ul style="list-style-type: none"> •La permanente capacitación del personal de seguridad pública para la identificación del armamento y posterior rastreo. •La identificación y el rastreo de armas de fuego para detectar su procedencia y posibles traficantes de armas. •Conocer la tendencia del material que más comúnmente se asegura en territorio nacional.
2006	EUA	ATF	Gun runner	b	El objetivo del Proyecto Traficante de Armas es regar los cárteles mexicanos de drogas de las herramientas del comercio, que emplean para matar a los narcotraficantes navales, los civiles, así como figuras políticas, militares y policiales a fin de fortalecer su control sobre las lucrativas rutas de drogas y de armas de fuego dentro y fuera de los Estados Unidos. La expansión de eTrace - un sistema de rastreo de armas de fuego electrónica es un componente crítico del Proyecto "Gun runner" en México. Esto incluye el despliegue de la tecnología eTrace en los consulados de EE.UU. en todo México.
2011	EUA	ATF	Multiple sales reporting	a	Según esta propuesta, federales licenciatarios armas de fuego en California, Arizona, Nuevo México y Texas se debe informar al ATF al vender a una persona sin licencia, dentro de los cinco días hábiles, dos o más armas largas que son (1) semi-automático; (2) de un calibre superior a .22, y (3) capaz de aceptar un cargador desmontable.
NA	MEX	SEDENA	Retenes	b	Puntos de inspección de vehículos particulares dentro del territorio mexicano

Decomisos y muertes VS estrategias



Tráfico de armas MEX-USA por un México libre de delinquentes gobierno federal PGR SEDENA SSP SEGOB SEMAR)

Tabla general de la línea del tiempo. Estrategias VS datos

Año	Internacional			México					EUA						
	Instrumento Internacional	Estrategia	Otros	Estrategia	Ley	AFA	Muertes xAF	Muertes CO	Administración	Estrategia	Ley	AFA	Muertes xAF	Muertes CO	
1997	DEA CIFTA														
2000						7494	3605		Bill Clinton	don't lie for the other guy					
2001	DNJ Palermo					8465	3512		Vicente Fox	George Bush					
2002	CITAAC					8381	2506								
2003	DNJ Palermo entrada en vigor					5625	3006							11040	
2004						5577	2858						Fin de la AWB	10660	
2005				(GC-Armas)	Ley CISEN	5115	3209							11360	
2005	Conferencia de Revisión 2006		receptor abierto	Guerra contra el narco		4220	3610		George Bush	Gun runner			11730		
2007						9576	4040	2862					2900	11530	
2008	Verificativo CIFTA					21047	5055	6837						11030	
2009	Iniciativa Mérida	cartas de intención armas	Caso Rápido y Furioso			32588	8804	9614	Felipe Calderón	Barack Obama			4976	10300	
2010		Entendimiento eTrace				34004	11309	15757						9960	
2011						40380						Multiple states reporting		1987	

Acotaciones, anexo 1.

AWB	Assault Weapons Ban.
AFA	Aseguramiento de Armas de Fuego
Muertes xAF	Muertes por Arma de Fuego
Muertes CO	Muertes relacionadas al crimen organizado

Tráfico de armas MEX-USA por un México libre de delinquentes gobierno federal PGR SEDENA SSP SEGOB SEMAR)

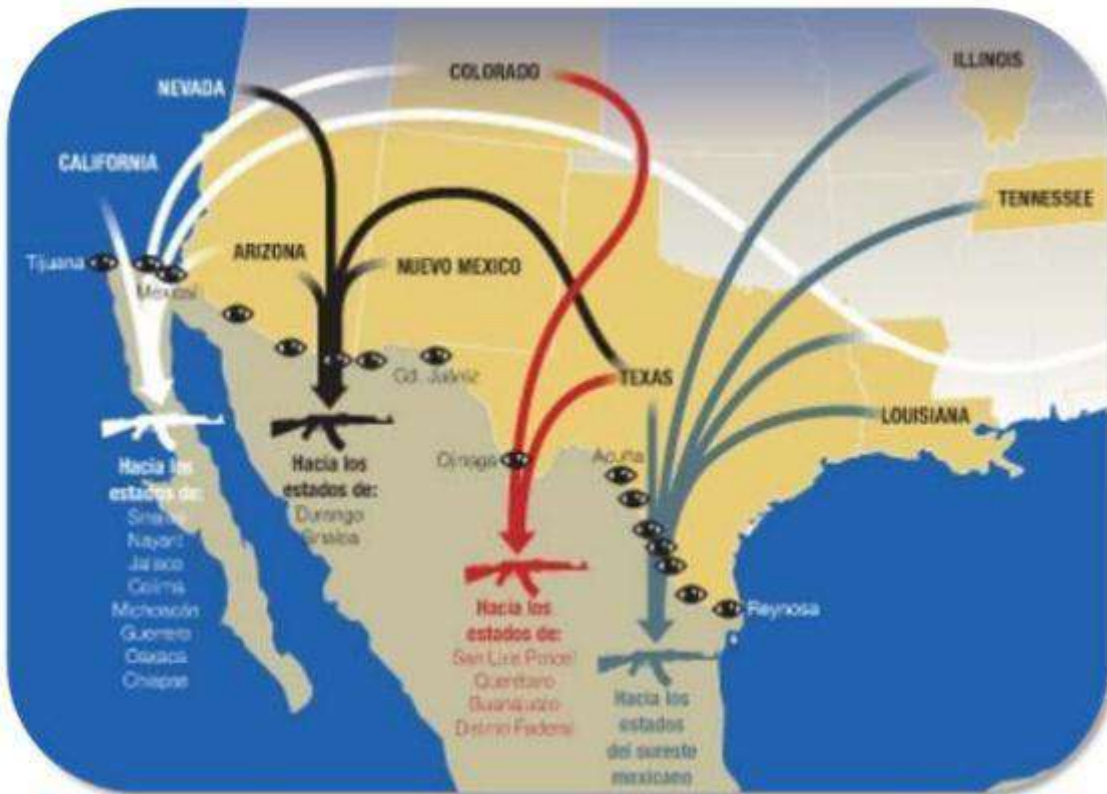


Fuente: (Aguilar et al)

Tráfico de armas MEX-USA por un México libre de delinquentes gobierno federal PGR SEDENA SSP SEGOB SEMAR)



(Visión de la armada de México en materia de seguridad nacional y continental SECRETARIA DE MARINA)



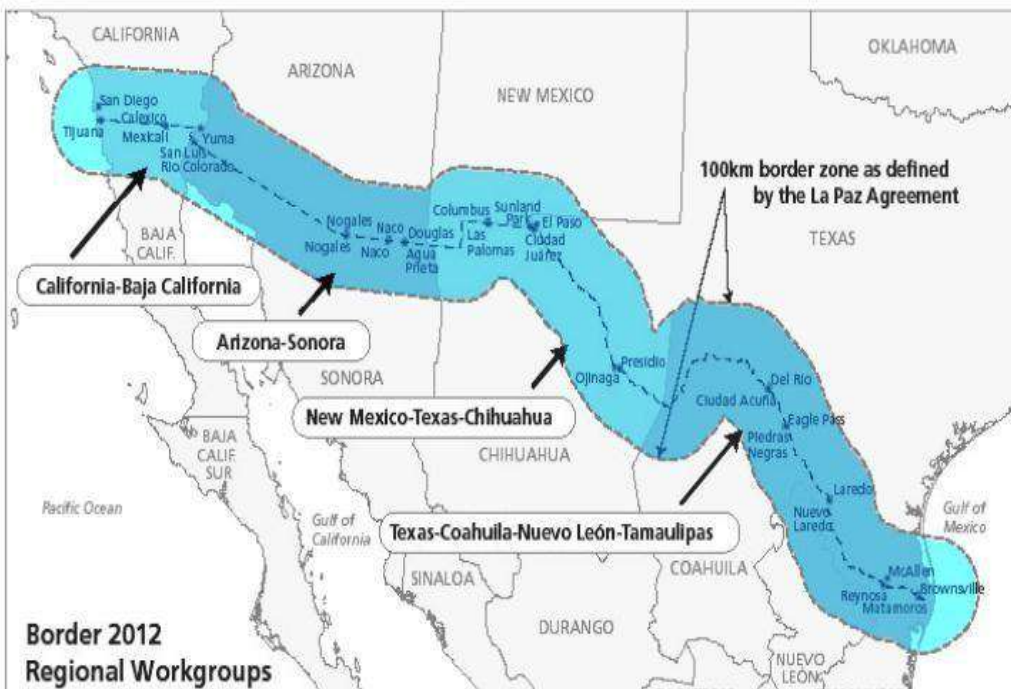
(Visión de la armada de México en materia de seguridad nacional y continental SECRETARIA DE MARINA)

<https://www.youtube.com/watch?v=uEqYAdkLVDA>

<https://www.youtube.com/watch?v=FHWfvNz-OjA>

<https://www.youtube.com/watch?v= oIFjTEcbWY>

<https://www.youtube.com/watch?v=p8b1T4o2owg>



**Border 2012
Regional Workgroups**

Fuente: <http://www.theglobalarc.org/images/uploads/border2012-workgroup-map.gif>

Consultada en junio del 2013

Figure 8: Map of Primary Trafficking Routes from the United States into Mexico



Source: ATF - adapted by GAO; Map Resources (map).

Capítulo IV

Turismo y Desarrollo

Gestión de los recursos gastronómicos

Efecto de la cocción al vapor sobre los nutrimentos de la trucha de Huasca de Ocampo en el estado de Hidalgo, México.

Edith Araceli Cano Estrada

edith_ara@yahoo.com

Jair Emmanuel Onofre Sánchez

jairo_576@hotmail.com

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Instituto de Ciencias Económico-Administrativas. Libramiento a la Concepción Km. 2.5, San Agustín Tlaxiaca, Pachuca C.P. México.

Javier Añorve Morga

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Instituto de Ciencias Básicas e Ingeniería. Ciudad del Conocimiento, Carretera Pachuca-Tulancingo Km. 4.5 Mineral de la Reforma C.P. México

RESUMEN

Dentro de la familia de los ácidos grasos poliinsaturados (PUFA por sus siglas en inglés) se encuentran los ácidos grasos omega 3, dentro de los que destacan el ácido eicosapentaenoico (EPA por sus siglas en inglés) y el ácido docosahexaenoico (DHA por sus siglas en inglés), pues se ha demostrado que su consumo ayuda a prevenir ciertas enfermedades en los seres humanos. El centro piscícola del “Bosque de las Truchas” ubicado en el municipio de Huasca de Ocampo en el Estado de Hidalgo, México, produce la trucha arcoíris que se ha convertido en parte importante del atractivo turístico y gastronómico de la región. Estas truchas son una fuente rica en PUFA; sin embargo, hasta el momento no se han investigado los efectos que podrían tener los métodos de cocción tradicionales sobre el contenido de sus nutrimentos. Uno de los métodos más empleados para preparar las típicas truchas empapeladas de la región es mediante calor seco, por lo tanto el objetivo del presente trabajo fue determinar el efecto de la

cocción sobre la cantidad de nutrimentos, en especial de EPA y de DHA, de las truchas arcoíris, así como difundir entre la población los beneficios que el consumo equilibrado de PUFA"s tiene sobre su salud.

PALABRAS CLAVES: Trucha Arcoíris, método de cocción, nutrimentos, ácidos grasos poliinsaturados, ácidos grasos ω .

ABSTRACT

On polyunsaturated fatty acids family (PUFA), are the fatty acid omega-3, especially the eicosapentaenoic acid (EPA) and docosahexaenoic acid (DHA). It has been showed that these fatty acid may help to prevent some human disease. Rainbow trout is an extensively cultures species in Huasca de Ocampo of Hidalgo, México. These trout it become an important part of the tourism and gastronomic attractiveness of that region. They are a rich source of PUFA"s; however, traditional cooking methods could have an effect on the content of their nutrients, because until now there is no any investigation. The most commonly used method in the region to prepare the traditional dish is by dry heat. The aim of the present study was to determine the effect to this method of cooking on the proximate composition, especially EPA and DHA, of rainbow trout and spread among the population benefits the balanced consumption of PUFAs on their health.

KEY WORDS: Rainbow Trout, method cooking, nutrients, polyunsaturated fatty acids, ω fatty acids.

INTRODUCCIÓN

Huasca de Ocampo es un municipio ubicado en el llamado corredor de la montaña en el estado de Hidalgo. Su nombre proviene del Náhuatl Huascazaloyam que significa “lugar de pájaros, agua, vegetación y alegría” y debido a que el político Melchor Ocampo vivió en este lugar adoptó su apellido para completar el nombre del municipio. Se localiza a sólo 40Km de la capital del estado, Pachuca de Soto; y ha sido nombrado pueblo mágico por los atractivos turísticos y gastronómicos que ahí se ofrecen. Algunos de estos atractivos son los Prismas Basálticos, la Hacienda de Santa María Regla, el Bosque de las Truchas y la presa La Cruz. En el Bosque de las Truchas se puede practicar la pesca deportiva de la trucha arcoíris y además, se cultiva esta especie de peces en su centro piscícola.

Las truchas son peces que pertenecen a la subfamilia de los salomoninae que corresponde a la familia de los salmónidos [1]. Entre las especies más importantes se encuentran la trucha marrón (*Salmo trutta*), la trucha dorada (*Oncorhynchus aguabonita*) y la trucha arcoíris (*Oncorhynchus mykiss*). El hábitat de las truchas regularmente se encuentra en las aguas frías y dulces de los ríos y lagos. Sin embargo, algunas de ellas pasan su vida adulta en los océanos y regresan a desovar a las aguas dulces. Este comportamiento se puede observar en la trucha marrón, en la trucha arcoíris y también en el salmón. Las truchas se alimentan de invertebrados como lombrices, crustáceos, aunque las de mayor tamaño, como la trucha marrón, depredan peces pequeños.

Los peces a lo largo de la historia han formando parte importante de la dieta de los seres humanos, debido a su alto contenido nutrientes, tales como proteínas. Se ha demostrado que los peces también presentan altos niveles de PUFA's pertenecientes a la familia de las grasa

esenciales $\omega 3$ [2]. El consumo de este tipo de ácidos grasos resulta benéfico para la salud del ser humano. El consumo de PUFA's, en especial del ácido eicosapentaenoico (20:5, EPA por sus siglas en inglés) y del ácido docosahexaenoico (22:6, DHA por sus siglas en inglés) parecen tener un papel clave para la prevención de cáncer, la diabetes tipo 2 y la hipertensión [3]; además de reducir la cantidad de colesterol en sangre y estar involucrados en procesos antiinflamatorios y antidepresivos [4].

Los ácidos grasos $\omega 6$, como el ácido araquidónico (20:4, ARA por sus siglas en inglés), y el ácido linoléico (18:2, LA por sus siglas en inglés) también son ácidos grasos poliinsaturados esenciales. Se ha encontrado que en algunas enfermedades mentales hay una mayor cantidad de citocinas derivadas del ácido araquidónico, las cuales disminuyen con el consumo de ácidos grasos $\omega 3$ [5]. Por lo tanto, la relación de consumo de ácidos grasos $\omega 6/\omega 3$ es de gran importancia para la dieta humana, pues es un factor clave para la síntesis equilibrada de eicosanoides. La relación recomendada para el consumo de estos ácidos es de 5:1 o menor [6].

Por otra parte, los PUFA's son susceptibles a la oxidación, [7, 8]. Ésta puede deberse al tratamiento con luz, calor y otros procedimientos culinarios. Las propiedades nutricionales de los peces se han estudiado utilizando el material crudo, pero estos resultados no determinan el contenido nutricional después de cocinados, ya que PUFA podrían sufrir una transformación durante el proceso de cocción. Aunque, algunos estudios han revelado que los niveles de PUFA no cambian bajo ciertos tratamientos; [9] parece ser que la especie del pez y el método de cocción empleado son factores fundamentales para conservar los ácidos grasos esenciales en el producto consumido [10].

Entre algunas de las especies de peces que han sido investigadas sus propiedades nutritivas se encuentra la carpa herbívora que es una de las cuatro mayores especies de peces cultivada en china, el salmón (*salmo salar*), salmón rosado (*Oncorhynchus gorbuscha*) y el pez gato plateado nativo de centro y Sudamérica. Entre los métodos más comúnmente utilizados se encuentran: hervido, en el microondas, al vapor y asado [10, 11, 12, 13].

El asado, así como el horneado se clasifican en método de cocción por calor seco. En el horneado se confieren un sabor agradable al preparado, ya que por acción del calor se sella la superficie del alimento quedando atrapados los jugos en el interior del preparado evitando así que quede seco. El horno deberá pre-calentarse a temperatura alta de modo que al introducir la carne, por acción del calor, se sellará rápidamente atrapando así los jugos en el interior. Una vez transcurrida una cuarta parte del tiempo de cocción la temperatura se reducirá para terminar la cocción interior. Por otra parte, en el asado es fácil perder nutrientes en los jugos que salen del alimento al momento de la cocción.

En Huasca de Ocampo es una actividad muy común pescar la trucha arcoíris y cocinarla utilizando diferentes métodos de cocción para elaborar los diferentes platillos tradicionales donde destacan las truchas empapeladas. Para esta preparación la trucha se envuelve en papel aluminio con diferentes ingredientes tales como, jitomate, cebolla, salsa inglesa y epazote. La cocción de este platillo se lleva a cabo por calor seco, ya sea asado o al horno. Aunque también es común encontrar otro tipo de preparaciones como el mixiote de trucha que se contiene queso, cebolla, chiles picados, epazote y nopales, donde el método de cocción es al vapor. Otros métodos utilizados para la preparación de las truchas arcoíris en la región de Huasca de Ocampo se encuentran el freído, en el platillo de trucha a la mantequilla. Como

parte de este trabajo, se pretende también estudiar estos otros métodos de cocción tradicionales para poder realizar un comparativo y determinar aquel que mejor conserve los nutrimentos de la trucha, en especial los ácidos grasos omega 3, EPA y DHA, y así poder difundir los resultados entre la población a través de un recetario regional para la preparación de las truchas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La pesca deportiva, así como el consumo de truchas en el municipio de Huasca Ocampo se ha convertido en un atractivo turístico y gastronómico muy importante en el Estado de Hidalgo. Es de dominio popular que el consumo de pescados resulta benéfico para la salud del ser humano, pues poseen un alto contenido de proteínas y de PUFA's, por lo que las truchas de Huasca de Ocampo no son la excepción, según estudios previos realizados. Sin embargo, la composición y la cantidad de PUFA's en las truchas arcoíris crudas, no necesariamente será la misma al momento de consumirlas. En Huasca de Ocampo es común que las truchas se preparen empapeladas. En este plato el pescado lleva un método de cocción al vapor. También es común encontrar la trucha frita en platillos como trucha a la mantequilla o al mojo de ojo. Según Al Saghir y cols. 2004 el aceite que se utiliza al freír los alimentos, juega un papel fundamental en el cambio de contenido en los ácidos grasos, por lo tanto resulta interesante estudiar el asado como método de cocción alternativo y analizar las diferencias en cuanto al contenido de nutrientes por ambos métodos. Aunque, actualmente no es muy común utilizarla trucha arcoíris para elaborar caldo de pescado en la región, se decidió investigar el hervido como un método de cocción debido a que si se conservan los ácidos grasos poliinsaturados adecuadamente, se pudiera innovar en la preparación de este platillo.

En la actualidad, no existe algún estudio que permita evaluar el efecto de los métodos de cocción tradicionales en la región, por lo tanto esta investigación arrojará información importante sobre el impacto de estos métodos sobre la composición final de los nutrientes, en especial de los ácidos grasos EPA y DHA, los cuales, presentan mayores beneficios para la salud del ser humano.

Cabe destacar, que en dietas actuales ha aumentado la relación de consumo de ácidos grasos insaturados $\omega 6/\omega 3$ hasta un 30:1. (Simopoulos y Artemis 2002), por lo tanto es necesario informar a la población sobre los beneficios a la salud que conlleva un consumo equilibrado de PUFAs, donde el método de cocción utilizado es de gran importancia para evitar, en la menor manera posible, su oxidación.

Además, con los resultados arrojados de este estudio, será posible llevar a cabo un comparativo del contenido de nutrientes presentes en diferentes especies de peces pertenecientes a la familia de los salmónidos. De igual manera, será posible analizar el contenido de ácidos grasos poliinsaturados presentes en los peces de granja respecto a los de vida libre, pues su hábitat es determinante para el contenido de nutrientes (Gladyshev y cols. 2006); y así, en un futuro, poder idear estrategias para aumentar la cantidad de ácidos grasos EPA y DHA en peces de criadero del Estado de Hidalgo.

OBJETIVO

Identificar los cambios en la composición de nutrientes de la trucha arcoíris del centro piscícola de Huasca de Ocampo, especialmente en los ácidos grasos omegas 3, durante su cocción al vapor.

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo el estudio se compraron truchas en el centro piscícola “Bosque de las Truchas” del municipio de Huasca de Ocampo en el estado de Hidalgo en México. Inmediatamente las truchas se trasladaron en hielo a las cocinas de la Licenciatura en Gastronomía del Instituto de Ciencias Económico-Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo para su preparación. Se eligieron aquellas que pesaron 0.5 ± 0.1 Kg. Posteriormente se les retiraron las vísceras, la piel y los huesos para homogenizar la carne. Una muestra se conservó cruda, otra se empapeló sin ningún tipo de ingrediente y a otra se le adicionó una cucharada de mantequilla, 50 gramos de rodajas de chiles, 50 gramos de cebolla picada, y 50 gramos de jitomate picado, así como una cucharada de salsa inglesa. Las truchas empapeladas se hornearon durante 15 min a 180°C .

Se realizó el estudio químico proximal de muestras por triplicado de la carne de trucha cruda y cocida con y sin ingredientes para determinar la cantidad de humedad, cenizas, proteína y grasa total; esto de acuerdo a la Asociación de las Comunidades Analíticas (AOAC por sus siglas en inglés). De esta manera se podrán observar los posibles cambios en la cantidad de nutrimentos al momento de cocinar las tradicionales truchas empapeladas de la región.

Por otra parte, se analizó el contenido de ácidos grasos de las diferentes muestras por cromatografía de gases.

RESULTADOS

Cuantificación de Humedad.

El agua es el componente químico más abundante en la carne, ya que es considerado el elemento esencial para la vida. La humedad es el material que se volatiliza de las muestras bajo condiciones de $105 \pm 1^\circ\text{C}$.

El porcentaje de humedad obtenido para las truchas arcoíris producidas en Huasca de Ocampo (Tabla 1) se encuentra en el rango reportado para la trucha arcoíris producida en Turquía, el cual es alrededor del 73% para la carne cruda [14]. Esto también concuerda con datos reportados en investigaciones con la carpa de la hierba, que es una de las especies de peces más cultivadas en China [13] y del bagre de plata que es un pez nativo de Centro y Sudamérica [12]; en estos experimentos el porcentaje de humedad se reporta de 78 y 80% respectivamente para la carne cruda y donde la humedad va disminuyendo según el método empleado para su cocción. Observándose que al aplicar el método de freído se tienen pérdidas significativas de humedad, siendo de alrededor del 30-35% (contenido final de 45%). Al analizar el método de cocción por calor seco utilizado en este estudio se observa que las pérdidas de humedad son mínimas.

Tabla 1. Porcentajes de humedad para cada una de las muestras de carne de trucha arcoíris.

Humedad	
Muestra	Promedio
Trucha cruda	72.75 ± 0.41
Trucha empapelada	67.84 ± 0.65

Trucha empapelada con ingredientes 69.94 ± 0.57

*Los valores son mostrados como el promedio \pm desviación estándar de triplicados

Por lo tanto, de acuerdo a los resultados obtenidos, al preparar la trucha empapelada por el método de cocción por calor seco, ésta pierde alrededor del 5% de humedad, aunque al adicionarle ingredientes se pierde únicamente alrededor del 3% de humedad.

Cuantificación de cenizas.

Las cenizas son el residuo que se obtiene después de la incineración de una muestra, comprendiendo el material inorgánico de la misma.

El contenido de ceniza fue muy similar en las tres diferentes muestras de carne de trucha (Tabla 2), aunque en las truchas empapelados se observa un pequeño incremento siendo más evidente en la trucha empapelada sin ingredientes (0.09%) esto debido a que en este tipo de preparación se pierde más humedad que en resto de las preparaciones.

Tabla 2. Porcentajes de ceniza contenida en cada una de las muestras de carne de trucha*.

CENIZAS

Muestra	Promedio
Trucha cruda	1.31 ± 0.012
Trucha empapelada	1.39 ± 0.021
Trucha empapelada con ingredientes	1.32 ± 0.025

*Los valores son mostrados como el promedio \pm desviación estándar de triplicados

En general el rango de cenizas encontrado es similar al reportado para la carne de trucha arcoíris de criadero en Turquía [14]. Por otra parte, el valor es de cenizas de la carne de trucha arcoíris es mayor al reportado para otro tipo de peces como la carpa de la hierba de China y el bagre de plata de Sudamérica cuyos porcentajes es de 1.07 y 1.08% (12, 13).

Cuantificación de lípidos.

La cantidad de grasa cruda de una muestra se determina al someter una muestra a reflujo de éter. La fracción extraída, llamada también extracto etéreo, puede tener uno a varios de los siguientes grupos funcionales: aceites grasos, éteres, vitaminas liposolubles, aceites esenciales y carotenoides.

Tabla 3. Porcentajes de grasa cruda contenida en cada una de las muestras de carne trucha arcoíris*.

GRASA TOTAL	
Muestra	Promedio
Trucha cruda	4.39 ± 0.09
Trucha empapelada	7.86 ± 0.10
Trucha empapelada con ingredientes	7.12 ± 0.02

*Los valores son mostrados como el promedio ± desviación estándar de triplicados

El contenido de grasa total contenida en la carne de trucha arcoíris cruda de Huasca de Ocampo (Tabla 3) es cercano al contenido de grasa para la carne cruda de la trucha arcoíris reproducida en Turquía, cuyo valor es de 3.44% [14]. Por el contrario, el contenido de grasa contenida en la trucha arcoíris es superior a la cantidad de grasa reportada para el bagre de

plata y la carpa de hierba cuyo valor oscila en 1.90 y 2.51% [12, 13]. Por otra parte, se observa un incremento en la cantidad de grasa de acuerdo al método de cocción empleado.

El incremento en la cantidad de grasa en la trucha arcoíris empapelada es de alrededor de un 3% y se le atribuye a la pérdida de agua al momento de su cocción [15, 16]. Este dato es similar al obtenido al hornear la trucha arcoíris producida en Turquía, que también consiste en un método de cocción por calor seco.

Cabe destacar que a pesar de la adición de mantequilla en la trucha empapelada con ingredientes, no se observa un aumento de grasa significativo, esto puede deberse a que la cantidad de mantequilla utilizada es muy poca y que no es absorbida por la carne de la trucha

Cuantificación de proteína.

La cuantificación de proteínas se realizó por el método de Kjeldahl, en el cual la materia es oxidada produciendo bióxido de carbono, agua y nitrógeno, formándose una sal de amonio con los iones sulfatos. Posteriormente se lleva a cabo la destilación de este amonio utilizando un medio fuertemente alcalino (en este caso se utilizó hidróxido de sodio). Finalmente el amonio es titulado con un medio ácido (en este caso ácido clorhídrico). Con los datos de la reacción se puede calcular el porcentaje de nitrógeno contenido en la muestra que, al multiplicarlo por un factor (6.23) permite determinar el porcentaje de proteína correspondiente.

En general, la carne es rica en proteínas y es uno de los nutrimentos más importantes ya que aporta el nitrógeno necesario para la producción de nuevas proteínas dentro del organismo que servirán para cumplir con funciones estructurales, enzimáticas, de defensa, entre otras que realizan las proteínas.

En nuestro estudio se obtuvo que el porcentaje de proteína obtenida para la carne cruda de la trucha arcoíris mexicana es similar al reportado para el bagre de palta de Sudamérica [12], que es alrededor de 15% de proteína, pero además entra en el rango del contenido de proteínas presentes en otro tipo de peces.

Tabla 4. Porcentaje de proteína contenida en cada una de las muestras de carne de trucha arcoíris* .

PROTEINA

Muestra	Promedio
Trucha cruda	15.86 ± 0.34
Trucha empapelada	17.63 ± 0.75
Trucha empapelada con ingredientes	21.72 ± 0.88

*Los valores son mostrados como el promedio ± desviación estándar de triplicados

Para la trucha empapelada se observa un incremento en la cantidad de proteína debido a la pérdida de agua como señala en estudios previos [15] y que concuerdan con otros estudios llevados cabo [12, 13, 16]. Sin embargo, en la trucha empapelada sin ingredientes, que contiene menor cantidad de agua, se encontró que la proteína aumenta en aproximadamente un 2%, contrastando con el contenido de proteína en la trucha empapelada con ingredientes, que contiene un poco más de agua, y donde el incremento se encontró de aproximadamente un 6%. Esta diferencia se debe a que los ingredientes utilizados en la preparación tienen un porcentaje considerable de proteínas.

Perfil de ácidos grasos.

El perfil de ácidos grasos se realizó utilizando un cromatógrafo de gases. En las primeras aproximaciones se encontraron un total de 11 ácidos grasos presentes en la carne de trucha cruda y cocinada al vapor y que se resumen en la tabla 5.

No se encontraron cambios significativos en la composición de ácidos grasos entre la carne de la trucha cruda y la carne de la trucha cocinada; por el contrario, según los cromatogramas obtenidos, la cantidad de ácidos grasos es mayor en la trucha cocinada, debido a la pérdida de agua como ya se comentó en la cuantificación de grasa cruda.

Entre los ácidos grasos que se presentan en mayor proporción en la carne de la trucha arcoíris de Huasca es Ocampo en el Estado de Hidalgo en México son el palmitoleico (C16:1), el ácido oléico trans (C18:1n9t) y el ácido oléico cis (C18:1n9c), ambos de la familia omega 9 y finalmente el ácido linolénico (C18:3n3) perteneciente a la familia de los ácidos grasos omega 3.

Estudios realizados con el bagre de plata y la carpa de hierba reportan que el ácido graso presente en mayor cantidad en la carne de estos peces es el ácido oleico [12, 13]. Dicho resultado concuerda con lo encontrado en este estudio.

Tabla 5. Perfil de ácidos grasos encontrados en la carne de trucha arcoíris cruda y cocinada.

PÉRFIL DE ÁCIDOS GRASOS

Ácidos grasos monoinsaturados	Nombre común
C17:0	Margárico
C20:0	Araquídico
C21:0	Heneicosidico

Ácidos grasos monoinsaturado

C16:1	Palmitoléico
C18:1n9t	Eláídico (isómero trans del ac. Oléico)
C18:1n9c	Oléico (cis)

Ácidos grasos poliinsaturados

C18:2n6c	Linoleico
C18:3n3	Linolénico
C20:5n3	Eicosapentaenoico (EPA)
C22:6n3	Dacosahecaenoico (DHA)

CONCLUSIÓN

El método de preparación con calor seco utilizando para la elaboración del tradicional platillo denominado “trucha empapelada” en el municipio de Huasca de Ocampo en el estado de Hidalgo en México; favorece la conservación de los nutrimentos. Durante la preparación de este platillo parte del agua del alimento se evapora y los elementos nutritivos se concentran. Por lo que el resultado del estudio químico proximal de la carne de trucha arcoíris cruda y cocinada concuerda en el aumento de proteína, ceniza, y grasa cruda debido a la pérdida de agua. Sin embargo, la adición de ingredientes enriquece la cantidad de proteína presente en el plato. Los resultados de la investigación son importantes para impulsar y difundir los beneficios de consumir este tipo de platillos en regiones que además tienen beneficios por el consumo de ácidos grasos omega 3 como DHA y EPA; y así impulsar el desarrollo regional, proponiendo una innovación gastronómica y en un futuro poder idear estrategias para aumentar el contenido de este tipo de ácidos grasos poliinsaturados mediante un cambio en la alimentación de estos peces de granja.

REFERENCIAS

1. BRISTOW, P. "The illustrated encyclopedia of fishes". Chancellor Press. Londres
2. PUWASTIEN, P.; JUDPRASONG, K.; KETWAN, E.; VASANACHITT, K.; NAKNGAMANONG, Y.; BHATTACHARIEE, L. "Proximate composition of raw and cooked Thai freshwater and marine fish". 1999. *Journal of Food Composition and Analysis*. Vol.12, pp. 9-16.
3. SILVERS, K. M; and SCOTT, K. M. (2002). "Fish consumption and self-reported physical and mental healthy status". 2002. *Public Health Nutrition*. Vol 5, pp. 427-431.
4. LOMBARDO, Y.; CHICCO, A. G. (2006). "Effects of dietary polyunsaturated n-3 fatty acids on dyslipidemia and insulin resistance in rodents and humans". 2006. *J. Nutr. Biochem*. Vol 17, pp 1-13
5. CORONADA-HERRERA M., VEGA Y LEÓN S., GUTIERREZ-TOLENTINO R., GARCÍA-FERNÁNDEZ B. y DÍAZ-GONZÁLEZ G. (2006). "Los ácidos grasos omega-3 y omega-6: Nutrición, Bioquímica y Salud". *Revista de Educación Bioquímica*. Vol. 25, Num 3, pp. 72-79.
6. VUJKOVIC, G.; KARLOVIC, D.; VULKOVIC, I.; VOROSBARANYI, I.; JOVANOVIC, B. (1999). "Composition of muscle tissue lipids of silver carp and bighead carp". 1999. *Journal of American Oil Chemists Society*. Vol. 76, pp. 475-480.
7. SANTANA L.S.; MANCINI-FILHO J. 2000. "Influence of the addition of antioxidants in vivo on the fatty acid composition of fish fillets". 2000. *Food Chemistry*. Vol 68, pp. 175-178.

8. TARLEY, C.R.T.; VISENTAINER, J.V.; MATSUSHITA, M.; DE SOUZA, N.E.;
“Proximate composition , cholesterol and fatty acids profile of canned sardines (*Sardinella brasiliensis*) in soybean oil and tomato sauce”. 2004. *Food Chemistry*. Vol. 88, pp. 1-6.
9. CANDELLA, M.; ASTIASARAN, I.; BELLO, J. “Deep-fatfrying modifies high-fat fish lipid fraction”. 1998. *J. Agric. Food Chem.* Vol. 46 pp 2793-2796.
10. GLADYSHEV, M. I.; SUSHCHIK, N.; GUBANENKO G. A.; DEMIRCHIEVA S. M.;
and KALACHOVA, G. S. “Effect of way of cooking on content of essential polyunsaturated fatty acids in muscle tissue of humpback salmon (*Oncorhynchus gorbuscha*)”. 2006. *Food Chemistry*. Vol. 96, pp.446-451..
11. AL-SAGHIR S., THURNER K., WAGNER K-H., FRISCH G., LUF W., RAZZAZI-FAZALI E. and ELMADFA I. “Effects of different cooking Procedures on lipid Quality and Cholesterol Oxidation of Farmed Salmon Fish (*Salmo salar*)”. 2004. *J. Agric. Food Chem.* Vol 52 pp. 5290-5296.
12. WEBER, J.; BOCHI, V.C.; RIBEIRO, C.P.; M VICTÓRIO, de A.; Emanuelli, T. “Effect of different cooking methods on oxidation, proximate and fatty acid composition of silver catfish (*Rhamdia quelen*) fillets”. 2008. *Food Chemistry*. Vol. 106, pp. 140-
13. ZHANG, J.; WU, D.; LIU, D.; FANG, Z.; CHEN, J.; HU Y.; YE X. “Effect of cooking style on the lipid oxidation and fatty acid composition of grass carp (*Ctenopharyngodon Idellus*) fillet”. 2013. *H. Journal of Food Biochemistry*. Vol. 37, pp. 212-219.
14. GOKOGLU, Nalan; YERLIKAYA, Pinar; CENGIZ Emel. “Effects of cooking methods on the proximate composition and mineral contents of rainbow trout (*Oncorhynchus mykiss*)” *Food Chemistry*, 2004, vol 84, pp.19-22.

15. GALL, K.L., OTWELL, W.S., KOBURGER, J.A., APPLIEDORF, H. "Effects of four cooking methods on proximate, mineral and fatty acid composition of fish fillets". *Journal of Food Science*, 1983. Vol.48, pp. 1068-1074.
16. GARCÍA_ARIAS, M.T.; PONTES, E.A.; GARCÍA-LINARES, M.C.; GARCÍA-FERNÁNDEZ, M.C.; SÁNCHEZ-MUÑIZ, F.J. "Cooking freezingreheating (CFR) of sardine (*Sardina pilchardus*) Fillets. Effect of different cooking and reheating procedures on proximate and fatty acid composition". *Food Chemistry*, 2003. Vol. 83, pp. 349-356.

ANEXOS

RECONOCIMIENTOS

Los autores desean agradecer a Julio Cesar Espinosa Hernández, al Q.A. Juan Francisco Gutiérrez Rodríguez, al M. en C. Juan Ramírez Godínez por su ayuda para la obtención de los resultados de esta investigación, así como a la Dra. Elizabeth Contreras López y a la Dra. Araceli Castañeda Ovando del área Académica de Química de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, que han permitido la utilización de su equipo de laboratorio y reactivos para poder desarrollar los experimentos de esta investigación y por todo su apoyo brindando.

**Determinación y comparación del aporte nutrimental de un pan tipo pambazo
adicionado con puré de papa blanca “*solanum tuberosum*” y puré de papa roja “*oxalis
tuberosa*” mediante técnicas bromatológicas**

Denis de Jesús Dimas López

L.G Chef Aracely Irais Cruz López

chavachef_tuzos@hotmail.com

Tel: 775 – 124 – 92 – 95; 771 – 105 – 57 – 27

1. RESUMEN

Dentro de la alimentación, los productos elaborados con cereales han formado parte del sustento de la humanidad desde su sedentarismo. El trigo juega un papel muy importante ya que su versatilidad le permite poder elaborar un sinnúmero de productos gastronómicos que complacen hasta el paladar más exigente. El pan tipo pambazo tiene su origen en el virreinato donde las panaderías ofrecían hogazas de pan a precios accesibles para las clases bajas. Este pan era elaborado con los insumos sobrantes y harinas de muy baja calidad, ya que las harinas refinadas estaban destinadas a la burguesía.

Con el paso del tiempo este tipo de pan fue evolucionando hasta ser elaborado con masa dulce, la cual contiene diversos ingredientes que le dan características únicas. Con él se elabora un platillo típico mexicano conocido como “pambazo”, el cual es elaborado con un relleno de papa y chorizo, queso, lechuga, crema, todo dentro del pan que le da su nombre.

Por otra parte existen en el territorio mexicano productos que son subexplotados a causa que no tienen un impacto en su producción o su consumo, tal es el caso de la papa roja (*Oxalis tuberosa*) que es originaria de los andes y desde épocas precolombinas se ha cultivado en México posiblemente por el intercambio entre las culturas Azteca e Inca.

Esta papa, relegada al auto consumo, se cultiva en zonas con clima frío, en el estado de Hidalgo esta presente en el municipio de Acaxochitlan y aunque no es sustento principal para los pobladores de ese lugar a través de los años se ha mantenido del pequeño comercio. La papa roja, es un tubérculo temporal que tiene un aporte nutrimental considerable para tratarse de un tubérculo, aunque su uso gastronómico esta limitado a unos cuantos platillos y preparaciones básicas.

El objetivo de esta investigación es buscar una alternativa para el uso de este tubérculo, en este caso utilizar el puré obtenido de la papa roja e incorporarlo a la masa de un pan tipo pambazo para posteriormente realizar una determinación mediante un análisis bromatológico de los componentes del pan y el aporte que tiene al ser adicionado con esta papa.

A la par se comparara con un control sin adición alguna y con un pan adicionado con papa blanca (*Solanumtuberosum*) para compararlo contra el tubérculo que más se produce a nivel mundial. Al adicionar el puré de este tubérculo se tiene la intención de mejorar los parámetros de calidad del pan, al incrementar su vida de anaquel, la suavidad y esponjosidad por la retención de agua que tienen los almidones del tubérculo una vez que han sido tratados térmicamente; además de observar y medir si dicha adición cambia los componentes del producto.

Palabras clave: Pambazo, Papa roja, Análisis bromatológico

2. INTRODUCCIÓN

Durante muchos siglos el pan ha sido un factor determinante en la supervivencia de muchos pueblos y en la actualidad aún goza de un lugar privilegiado en la dieta diaria. Se puede definir

al pan como el producto alimenticio elaborado con algún tipo de harina que alcanza su grado óptimo de cocción, al coagular las proteínas o gelatinizar los almidones, teniendo como resultado un sistema coloidal de un sólido con un gas *espuma sólida* llamados alveolos. (Espino Manzano, 2013).

Este producto ha pasado por numerosos cambios a través de la historia, comenzó siendo una molienda de granos con un poco de agua hasta formar una pasta la cual era colocada sobre piedras expuestas al sol para que se evaporara el agua, al producto resultante se le llamó *pan azimo*, fue hasta la época de los egipcios donde se descubrió la fermentación, la cual brindó volumen y suavidad al pan. Posteriormente en Grecia y Roma se realizaron grandes avances en cuanto a panificación, un ejemplo claro es la invención del horno de piedra y con esto se comenzó a comercializar este producto.

La llegada del pan a México es debido a la conquista de los españoles, quienes estaban acostumbrados al consumo de pan, por lo que trajeron el trigo a México, esta planta fue bien recibida por el suelo azteca y pronto se comenzaron a elaborar hogazas de pan blanco. El pueblo azteca no tenía los recursos para poder adquirir estas hogazas, por lo que se comenzó a elaborar un producto que estuviera al alcance de ellos, este producto estaba elaborado con los insumos sobrantes y de baja calidad, un ejemplo de estos productos es el pambazo.

A medida que pasaba el tiempo grandes cambios fueron surgiendo en México, no solo en el aspecto político o económico, sino también en su forma de alimentación. El pambazo también atravesó una serie de cambios ya que pasó de ser un producto destinado a las clases bajas a ser parte fundamental de un antojito mexicano que lleva el mismo nombre *Pambazo*.



Figura 1: Pambazo

El antojito apareció en el Bajío mexicano, que comprende los estados de Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco y Queretaro en donde se ideó una nueva forma de comer el pan que comenzaba a ponerse duro debido al tiempo que había pasado desde su elaboración hasta su consumo. El pan que ya estaba duro se remojó en una salsa, también estaba relleno de frijoles y un poco de queso. Hoy en día el pambazo está relleno de un guisado de papas con chorizo, lechuga, crema, queso y es bañado en una salsa de chile guajillo o morita; muy similar a las tortas

ahogadas. (<http://www.mexicodesconocido.com.mx/la-panaderia-mexicana.html>, consultado 12- Junio. 2014)

Otro de los productos que ha estado presente en la alimentación mundial es la papa, este tubérculo tiene sus orígenes en los Andes, algunos vestigios fueron hallados hace más de 10 mil años en Perú y los primeros indicios de la existencia de la papa datan de 8,000 a.C. en la cueva Tres Ventanas al sur de Lima. La papa "*Solanum tuberosum*" fue llevada a Europa por los españoles que conquistaron el territorio Inca en 1532, siendo por primera vez cultivada en territorio europeo en las Islas Canarias en 1565 y para 1573 ya se cultivaba papa en la península Ibérica. (Ministerio de Agricultura, 2011:1)

La papa comenzó siendo un adorno ornamental muy popular entre la aristocracia europea, pero su tubérculo no era consumido por humanos ya que se consideraba que solo era apto para los cerdos. Fue hasta 1770 que Federico el Grande de Prusia ordenó que se cultivaran papas para combatir las malas cosechas de cereales y en ese mismo año se declaró a la papa como un alimento comestible para humanos.

En México la papa tiene una importancia económica y alimentaria, los primeros datos del cultivo a gran escala son de 1940, este cultivo fue de temporal en las sierras y valles altos, principalmente en el área del eje volcánico que comprende los estados de Tlaxcala, Puebla, Veracruz y el Estado de México. Actualmente en 21 estados de la República Mexicana se cultiva la papa y gracias a la diversidad climatológica es uno de los pocos países que disponen del tubérculo todo el año. (Cepeda, 2003:10)

La diversidad de papas alrededor del mundo es inmensa, estas variedades se pueden clasificar por tamaño, color, cantidad de almidón, temporada de cultivo o cosecha. Sin embargo no todas las variedades de papa son conocidas, la papa roja "*Oxalis tuberosa*" es uno de esos casos.

La papa roja "*Oxalis tuberosa*" tiene su origen en la región Andina al igual que su prima la papa blanca, esta especie de papa es parte de los llamados tubérculos menores, ya que su producción no es tan alta como la de la papa blanca y solo es consumida por agricultores y lugareños.

La papa roja es uno de los cultivos más antiguos de los Andes teniendo 8,000 años de antigüedad, debido a esto y propagación dentro de esta región se le ha llamado de diversas formas al tubérculo, en Perú, Ecuador, Bolivia y Chile se le llama "oca", en Venezuela "cuiba o quiba", en Argentina "Miquichi", en Colombia "Ibia o huasisai", llegando hasta México donde se le llama "papa extranjera, papa inglesa o papa ratona". (Barrera H., Tapia G., & Monteros R., 2004)



Figura 2: Papa roja (*Oxalis tuberosa*)

En México la papa roja se cultiva en la sierra Poblana en los municipios de Pahuatlan, Tomatlán y Zacatlán y en la sierra hidalguense, en el municipio de Acaxochitlán, al igual que en la región andina, la papa roja es consumida por los agricultores de dichos municipios, y son ellos mismos quienes la comercilizan a pequeña escala en los mercados locales o plazas de los municipios aledaños. Este producto es de temporada, la cual abarca los meses de octubre a febrero.

La importancia del cultivo de este tuberculo no es significativo para México, según datos del SIAP donde ni siquiera existen registros. Se ha reportado que este tuberculo aporta nutricionalmente proteínas, hasta un 15.9%, que para tratarse de un tuberculo es muy alto y no contiene grasa.

Además de los aportes nutricionales de dicha papa, se han realizado estudios en torno a la actividad antioxidante que se encuentra en su cascara.

Pasando a formar parte de “los cultivos marginados” según datos de la FAO en 1992, donde hacen un compendio de aquellos cultivos que pasaron a segundo termino en cuestiones de

importancia a nivel agrícola, ya que algunos de sus parientes más cercanos tuvieron un auge mayor y una tasa de producción muy superior si se comparan con algunos de estos cultivos entre los cuales se encuentran: el amaranto, el chayote, la chia, la yuca o la papa roja.

3.OBJETIVO

Determinar y comparar el aporte nutrimental de un pan tipo pambazo adicionado con puré de papa blanca “*Solanumtuberosum*” y puré de papa roja “*Oxalis tuberosa*”, así como evaluar los posibles cambios en los parámetros de calidad del producto.

4. PROBLEMÁTICA

Debido a la poca información y difusión sobre la papa roja su comercialización es limitada, el consumo de este tubérculo se limita a los propios agricultores quienes tratan de llevarla al mercado para poder tener un ingreso económico que ayude a sustentar a su familia.

En Acaxochitlán Hidalgo, se cultiva y comercializa la papa roja, los agricultores de esta región llevan, en primera instancia, este producto al mercado y tianguis local, donde los lugareños pueden tener acceso al tubérculo, sin embargo son pocos los que lo adquieren, principalmente personas de edad avanzada, ya que son ellos quienes conocen la papa de tiempo atrás. Los

agricultores también llevan su producto a los tianguis de municipios colindantes a Acaxochitlán como lo son Tulancingo de Bravo, Cuauhtepac de Hinojosa y Metepec.

Tabla I Aportación nutrimental de papa roja *Oxalis tuberosa*
Fuente: Cajamarca, 2010

	Papa Roja Fresca	Papa Roja Deshidratada
% Humedad	80.1	15.1
% Cenizas	3.9	7.3
% Azúcares totales	14.1	59.1
% Fibra	0.80	6.8
% Proteínas	1.1	8.6
%Grasa	NS	NS

Aun con el gran esfuerzo de los agricultores por comercializar la papa roja, esta no les genera un ingreso considerable, esto se debe posiblemente a que existe poca información acerca de ella y muy pocas personas conocen que es un tubérculo con aporte nutricional significativo como se muestra en la Tabla I.

Al agregar puré de papa blanca y/o roja a la masa del pan tipo pambazo no solo se pretenden modificar los parámetros de calidad, si no también que la papa roja sea aplicada de una forma diferente en la gastronomía.

5. Desarrollo

5.1 Metodología

5.1.1 Elaboración de las muestras

La materia prima para la elaboración de las muestras se presenta en la tabla II. De la cual se destaca que la papa roja *Oxalis tuberosa* fue adquirida en el tianguis de AcaxochitlanHgo.

Tabla II: Materia prima de los tratamientos

	PC	PPB	PPR
Harina de trigo	56%	56%	56%
Azúcar	9%	9%	9%
Huevo Deshidratado	2%	2%	2%
Levadura Liofilizada	2%	2%	2%
Sal	1%	1%	1%
Manteca vegetal	6%	6%	6%
Manteca de cerdo	6%	6%	6%
Agua	19%	19%	19%
Puré de papa blanca		30%	
Puré de papa Roja			40%
TOTAL	100%	100+30%	100+40%

Se siguió la metodología sugerida por Espino, 2013 la cual consiste en una serie de 6 pasos (figura 3) para la elaboración de masa levada dulce de la cual está elaborado el pan tipo pambazo.

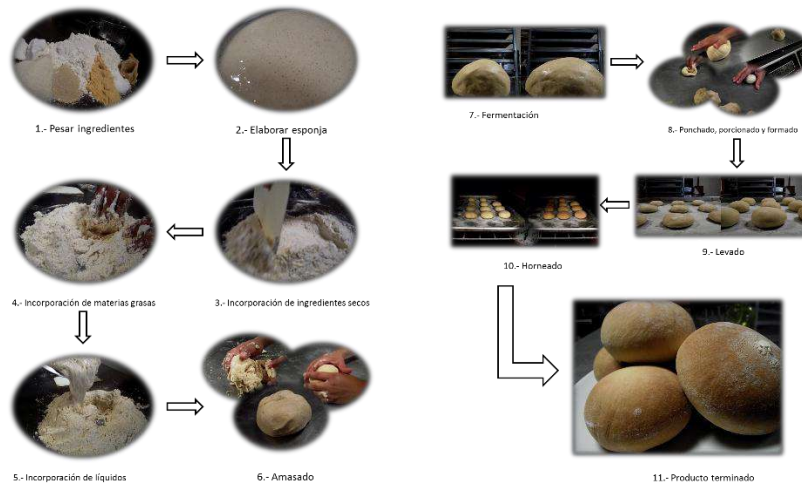


Figura 3 Elaboración de pan tipo pambazo

5.1.2 Análisis bromatológicos

La palabra bromatología proviene de los vocablos griegos: bromo que significa alimento y logos que significa estudio, es decir la bromatología es la ciencia que estudia los alimentos. Actualmente el concepto de bromatología es: “Ciencia que responde a un cuerpo coherente de conocimientos sistematizados acerca de la naturaleza de los alimentos, de su composición química y de sus comportamientos bajo diversas condiciones” (Bello Gutiérrez, 2000)

La bromatología se involucra en varios aspectos disciplinares, uno de ellos es el análisis de los alimentos, en donde se aplican principios, métodos y técnicas necesarias para la determinación cualitativa y cuantitativa de sus componentes.

Los datos de composición química de los alimentos se obtienen con base en los Análisis Químico Proximal con los cuales se puede obtener datos de humedad, cenizas, grasa, proteínas, fibra y carbohidratos que contienen los productos.

Los análisis Químico Proximales fueron realizados en tres tratamientos de pan tipo pambazo, un control, uno adicionado con puré de papa blanca 33.3% “*Solanumtuberosum*”, otro adicionado con puré de papa roja 40% “*Oxalis tuberosa*”, en base al peso inicial de harina.

5.1.2.1 Determinación de humedad

Todos los alimentos tienen un porcentaje de humedad, es decir, todos contienen una cantidad de agua en su composición no importa si están crudos o ya han sido sometidos a un tratamiento térmico. El agua se encuentra en los alimentos de tres formas: agua en composición, adsorbida y libre; el agua en composición está químicamente unida a los componentes de los alimentos, el agua adsorbida es aquella asociada físicamente con los alimentos, y el agua libre es un componente separado y es la más fácil de eliminar del alimento. (Egan, S.Kirk, &Sawyer, 1993)

5.1.2.1.1 Secado en estufa

La determinación de humedad por secado en estufa (AOAC 925.10,1990) para harinas y productos de panificación se basa en la pérdida de peso que presenta la muestra después de la 2000vaporación de agua. La metodología para este proceso es colocar capsulas de aluminio en la estufa de secado para obtener un peso constante, se pesan dichas capsulas y se les agrega muestra de 5 gramos, se regresa a la estufa durante 8hrs., enfría y se vuelve a pesar.

Determinar la humedad mediante la siguiente formula:

5.1.2.2 Determinación de cenizas

Las cenizas de los productos alimenticios están constituidas por los residuos inorgánicos que quedan después de que la materia orgánica ha sido quemada. Las cenizas no tienen la misma composición que el alimento, debido a que mediante el proceso de extracción las sustancias volátiles se pierden. Estas pueden considerarse como una medida general de calidad.

El método para determinar las cenizas es el AOAC 923.03, 1990, consiste en calcinar la muestra y el resultante de esa calcinación serán las cenizas.

Determinar cenizas con este cálculo

5.1.2.3 Determinación de Grasa

Los lípidos están compuestos de carbono, hidrogeno y oxígeno, algunos pueden contener nitrógeno, fosforo y oxígeno. Sus funciones biológicas son muy diversas y fundamentalmente son cinco:

1. Estructural
2. Energética
3. Reserva
4. Reguladora
5. Componentes de la superficie celular.

Estos compuestos son insolubles en agua, sin embargo son solubles en compuestos orgánicos como éteres y acetonas. (Garrido Pertierra, et al, 2006:345,346)

5.1.2.3.1 Método Soxhlet.

La extracción por el método Soxhlet (AOAC 985.15, 1990) es semicontinua con un disolvente orgánico, el disolvente se calienta, volatiliza y se condensa goteando sobre la muestra hasta que queda sumergida, posteriormente el disolvente es liberado, pasa a un vaso que esta sobre una parrilla de calentamiento y el proceso se repite.



Determinar grasa con los siguientes cálculos.

Figura 4: Determinador de grasa

5.1.2.4 Determinación de Proteínas

El procedimiento Kjeldahl determina la materia nitrogenada total, que incluye tanto las no proteínas como las proteínas verdaderas (Aurand et al, 1987). El método se basa en la determinación de la cantidad de Nitrógeno orgánico contenido en productos alimentarios (Pearson 7.2, 1993), compromete dos pasos consecutivos:

- a) La descomposición de la materia orgánica bajo calentamiento en presencia de ácido sulfúrico concentrado.
- b) El registro de la cantidad de amoníaco obtenida de la muestra

En la mezcla de digestión se incluye sulfato sódico para aumentar el punto de ebullición y un catalizador para acelerar la reacción, tal como sulfato de cobre. El amoníaco en el destilado se retiene o bien por un ácido normalizado y se valora por retroceso, o en ácido bórico y valora directamente. El método Kjeldahl no determina, sin embargo, todas las formas de nitrógeno a menos que se modifiquen adecuadamente; esto incluye nitratos y nitritos (Pearson, 1993).

Calcular el total de proteínas con la siguiente formula:

$$\frac{(\quad)(\quad)(\quad)}{\quad}$$

5.1.2.5 Determinación de fibra cruda

La fibra dietética se define como los polisacáridos y lignina que no son digeridos por enzimas humanas. El método AOAC 920.86, 1990 se fundamentan en aislar la fracción del interés con la precipitación selectiva y después determinar su peso. Una muestra de alimento seco, desgrasado se digiere con una solución ácida y posteriormente con una solución alcalina para hidrolizar al almidón y la proteína. El contenido total de la fibra de la muestra se determina agregando etanol al 95% a la solución para precipitar toda la fibra. La solución entonces se filtra, se recupera, se seca, se pesa y se calcina, el residuo se reporta como fibra.

En el proceso de la determinación de la fibra cruda se trata de simular el proceso de digestión que ocurre normalmente dentro del aparato digestivo; esta simulación se efectúa sometiendo a la muestra a una “digestión” (hidrólisis) en un medio ácido, como ocurriría en el estómago de los animales, y posteriormente se somete la misma muestra a otra “digestión” en un medio alcalino, como sucedería en el intestino delgado. Para esta determinación, se requiere que la muestra esté seca y desgrasada.

Calcular el total de fibra con la siguiente formula

5.1.2.6 Determinación de carbohidratos asimilables

Se determina por diferencia de pesos con la fórmula:

()

Las muestras estudiadas fueron un control (PC), una formulación adicionada con puré de papa blanca (*Solanumtuberosum*) (PPB) y una formulación adicionada con puré de papa roja (*Oxalis tuberosa*) (PPR). Las muestras se analizaron por triplicado.

Estos análisis se realizaron en el laboratorio multidisciplinar del Instituto de Ciencias Agropecuarias bajo la dirección de la Dra. Norma Güemes Vera, coordinadora de investigación y posgrado del instituto, el Mtro. José Jesús Espino García, auxiliar de laboratorio y el aspirante a Mtro. En Ciencias, LG chef Salvador Espino Manzano.

3.1.3 Análisis estadístico

Los datos obtenidos serán estudiados mediante análisis de varianza ANOVA para determinar si hay o no diferencias significativas entre ellos. En caso de existir diferencias se analizarán por medio de comparación de medias por *Tukey test*. El análisis estadístico será realizado por programa *SigmaPlot 12.0*.

5.2 Resultados

Los análisis químico proximales realizados a los tratamientos mostraron datos significativos sobre todo en la determinación de humedad y carbohidratos asimilables. En la tabla II se muestra el contenido de acuerdo al análisis realizado.

Tabla III: Análisis químico proximal de los tratamientos

Muestras	Parámetros %					
	Carbohidratos	Humedad	Grasa	Proteínas	Minerales	Fibra
Control	66.88 ^a	15.57 ^a	11.78 ^a	3.81 ^a	1.96 ^a	0.00 ^a
Papa blanca	58.51 ^b	25.33 ^b	11.30 ^a	3.73 ^a	1.13 ^a	0.00 ^a
Papa roja	58.51 ^b	25.46 ^b	11.01 ^a	3.61 ^a	1.58 ^a	0.15 ^b

Análisis estadístico por *Tukey test*

La figura 5 muestra la determinación de humedad en la cual se encontraron diferencias significativas $P < 0.05$ entre los tratamientos

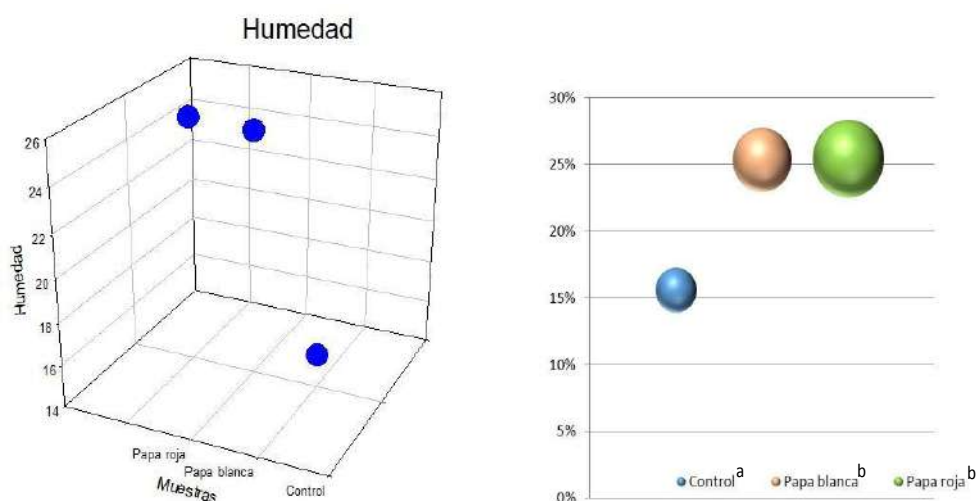


Figura 5: Determinación de humedad en las muestras de pambazos. Análisis de comparación de medias por *TUKEY*

La figura 6 muestra la determinación de carbohidratos asimilables en la cual se encontraron diferencias significativas $P < 0.05$ entre los tratamientos

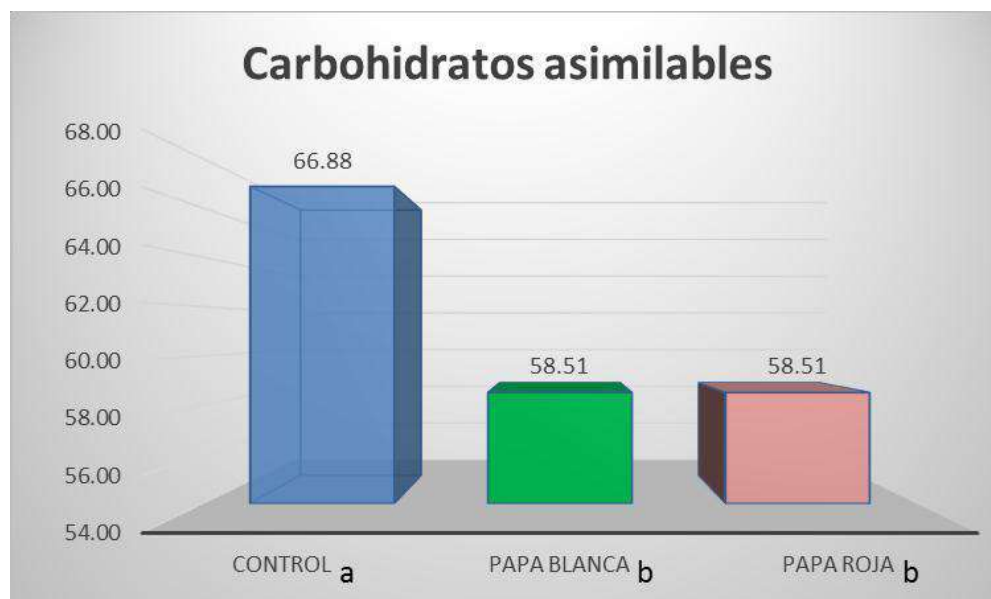


Figura 6 Determinación de carbohidratos en las muestras de pambazos. Análisis de comparación de medias por *TUKEY*

La figura 7 muestra el análisis químico proximal de los tratamientos, incluyendo todas las pruebas realizadas.

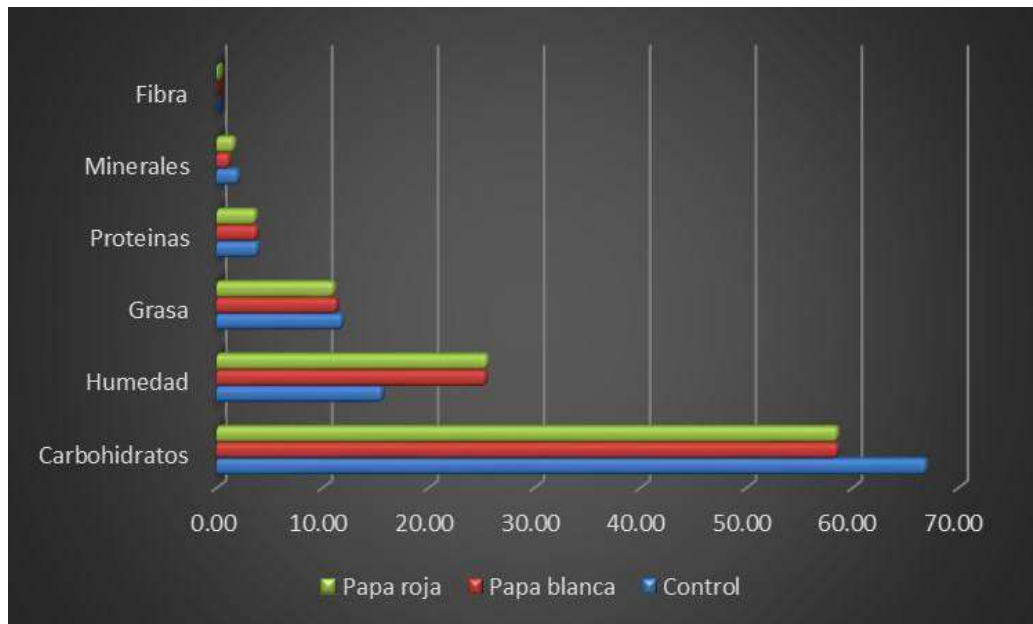


Figura 7 Composición nutricional de los tratamientos

6. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Del análisis químico proximal realizado a los tratamientos se puede determinar que en cuanto a minerales, proteínas y grasa no existen diferencias significativas $P > 0.05$

En cuanto a la determinación de humedad se encontró que al adicionar el puré de papa blanca y puré de papa roja existe un incremento considerable, hasta un 10%. El cual es reflejado en el análisis estadístico y se encontró que entre los tratamientos adicionados comparándolos con el control existen diferencias significativas $P < 0.05$.

Este incremento de humedad posiblemente aumente la suavidad del producto, a la vez de incrementar la vida de anaquel, este cambio puede atribuirse a la adición del puré de papa blanca o roja en el cual se encuentran los almidones pregelatinizados al ser sometidos a un tratamiento hidrotérmico como es la cocción partiendo de agua fría.

La retención de agua de los gránulos de almidón permite que en la masa exista una mayor cantidad de este elemento.

Para la determinación de carbohidratos asimilables entre los cuales se encuentran los almidones, azúcares reductores y de otro tipo, se encontró que en los tratamientos se encontraron diferencias significativas $P < 0.05$ al disminuir la cantidad de carbohidratos de los tratamientos comparándolas con el control.

En base a la determinación de los componentes nutrimentales de las muestras se encuentra que según Pérez Fierros, 2007 se realiza un cálculo de aporte calórico de los alimentos conociendo su contenido de carbohidratos, proteínas y lípidos, de los cuales hay un aporte de 4kcal, 4kcal y 9kcal respectivamente.

Retomando los datos obtenidos de la determinación nutrimental de las muestras se encontró que:

- El control aporta 388.7kcal por cada 100gr de producto
- El tratamiento 1, adicionado con puré de papa blanca *Solanumtuberosum* aporta 350.7kcal por cada 100gr de producto
- El tratamiento 2, adicionado con puré de papa roja *Oxalis tuberosa* aporta 347.6kcal por cada 100gr de producto

Según lo reportado por Perez Lizaur en la publicación “Sistema Mexicano de Alimentos Equivalentes” del 2008 menciona que el aporte calórico de productos de panificación, por ejemplo pan blanco con 262.9kcal, el pan dulce con 966.5kcal y el pan tipo pambazo con 214.7kcal. Cabe mencionar que la tabla que maneja el autor menciona que no contiene grasa la formulación que utilizan en el pan tipo pambazo, lo que conlleva a una disminución en el aporte calórico según lo reportado en esta investigación.

Sin embargo el aspecto sensorial es muy importante en el rubro gastronómico y la adición de ingredientes a los productos de panificación influye sobre todo en el aumento de vida de anaquel, aromas y sabor.

En base a la investigación puede llegarse a la conclusión que la adición de puré de papa blanca y/o papa roja tienen influencia en cambiar el aporte nutricional del producto siendo el último el de menor kcal.

El aumento de humedad puede prolongar la vida útil del producto además de cambiar algunos parámetros sensoriales como lo son la suavidad y esponjosidad sin necesidad de la adición de químicos y mejorantes.

Por otra parte se tiene una referencia acerca de una alternativa para el uso de productos como lo son la papa roja que en la actualidad se limitan al autoconsumo. El estudio de este tipo de productos que en cierta forma están relegados “al olvido” son parte del objeto de estudio de las investigaciones de las ciencias de alimentos.

En base a lo determinado en esta investigación se debe continuar con el análisis instrumental y sensorial para medir las propiedades mecánicas, reológicas y de textura de los productos.

Por último y visto desde el punto de vista gastronómico la apariencia, el sabor y el aroma de productos de panificación elaborados de forma artesanal deben conservar los parámetros de calidad superiores a los productos industrializados. La elaboración de alimentos sin aditivos químicos y el rescate de los productos autóctonos son una de las metas de todo gastrónomo.

BIBLIOGRAFIA

Aurand, L., Woods, A. E., & Wells, M. (1987). *Food Composition and analysis, an AVI book*. New York.

Barrera H., V., Tapia G., C., & Monteros R., A. (2004). *Raíces y Tubérculos Andinos: Alternativas para la conservación y uso sustentable en el Ecuador*. Ecuador: INIAP.

Bello Gutiérrez, J. (2000). *Ciencia Bromatológica: Principios generales de los alimentos*. Madrid: Diaz de Santos.

Boekenooen, H. (1964). *Análisis y caracterización de aceites, grasas y productos grasos*. Nueva York: Interscience.

Cajamarca Ruiz, Esther Elizabeth. 2010, Evaluación nutricional de la Oca (*Oxalis tuberosa*) fresca, endulzada y deshidratada en secado de bandejas. Ecuador. Tesis para obtener el grado de Bioquímico Farmacéutico

Cepeda, S. M. (2003). *Papa: El fruto de la tierra*. México: Trillas.

Egan, H., S.Kirk, R., & Sawyer, R. (1993). *Análisis Químico de Alimentos de Pearson*. México.

Espino Manzano, S. O. (2013). Manual de panadería de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Pachuca, México.

Garrido Pertierra, A., Teji3n Rivera, J. M., Blanco Gaitan, D., Villaverde Guti3rrez, C., Mendonza Oltras, C., & Ram3rez Rodrigo, J. (2006). *Fundamentos de bioqu3mica estructural*. México: T3bar.

Hans, H. (2004). *Alimentación y obtención de alimentos en el Perú prehispánico*. Perú: Instituto Nacional de Cultura.

Kirk, R., Sawyer, R., & Egan, H. (1996). *Composición y Análisis de Alimentos de Pearson*. México: CECSA.

Lee, S. C., & Prosk, L. (1995). International survey on dietary fiber: definition, analysis and reference materials. *Journal of Association of Official Analytical Chemist International*, 78.

Ministerio de Agricultura. (Mayo de 2011). *La papa nuestra de cada día*. Lima, Perú: Oficina de Estudios Económicos y Estadísticos.

Nielsen, S. (1998). *Food Analysis Second edition*. Maryland.

Nielsen, S. (2003). *Food Analysis Laboratory Manual*. New York: Kluwer Academic/ Plenum Publishers.

Nollet, L. (1996). *Handbook of Food Analysis*. Nueva York.

Oca (*Oxalis tuberosa*). (s.f.). Recuperado el 28 de Abril de 2014, de [Enablisdeployment of underutilizedspecies global facillitationunitforunderutilizedspecies: www.croesforthefuture.org/015/publication/species-brochure/species%20brochure_Oca%20oxalis%20tuberosa.pdf](http://enablisdeployment.org/underutilizedspecies/global/facilitationunitforunderutilizedspecies/www.croesforthefuture.org/015/publication/species-brochure/species%20brochure_Oca%20oxalis%20tuberosa.pdf)

Pearson, D. (1993). *Técnicas de laboratorio para el análisis de los alimentos*. Acribia.

Perez Fierros, Ana María (2007) *Química en el arte de cocinar*. Editorial Trillas. México

Perez Lizaur, A. B., Palacios Gonzalez, B., & Castro Becerr, A. L. (2008). *Sistema Mexicano de Alimentos Equivalentes*. México.

Pomar Vela, G. M. (2002). *Tuberización in vitro de Oxalis tuberosa Mol. Oca como una alternativa para la producción de tubérculos semillas*. Lima. Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Biológicas.

Propuesta para la aplicación de pulpa de opuntias en técnicas gastronómicas de repostería con impacto económico con enfoque basado en la demanda

Mtro. Jair Emmanuel Onofre Sánchez

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Instituto de Ciencias Económico-Administrativas, Área Académica de Turismo. jairo_576@hotmail.com

Dr. Danaé Duana Ávila

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Instituto de Ciencias Económico-Administrativas, Área Académica de Comercio Exterior. duananos@yahoo.com.mx

RESUMEN

El objetivo general busca determinar la viabilidad del uso de la pulpa de opuntias en técnicas de repostería, mediante el uso de técnicas químicas como lo son el perfil bromatológico para determinar el contenido de nutrimentos, el tipo de azúcar, simple o compuesta, cantidad de pectina, estos parámetros son de gran importancia para determinar la técnica culinaria más apropiada para aprovechar el uso de esta pulpa. El análisis de vida de anaquel documentará el tiempo que podrá usarse y condiciones de conservación óptimas. Es importante el análisis sensorial donde por discriminación se determinará si los productos elaborados a base de pulpa de tuna son agradables o no para el consumidor. Además se discute la necesidad de alimentarse, el cambio en la alimentación con los sincretismos por las conquistas de los pueblos. Se analizan las opuntias, nombre y el conocimiento de ellas. Se documenta el rendimiento de la pulpa de opuntia. La muestra no probabilística deberán de ser profesionales reposteros quienes usen la pulpa de opuntia en postres dentro de la carta del restaurante. Sustentado con el análisis sensorial se cuenta con la suficiente evidencia para asegurar de que la pulpa de opuntia puede ser utilizada en técnicas de repostería comunes.

PALABRAS CLAVE: REPOSTERIA, OPUNTIAS, TUNAS

ABSTRACT

The overall objective seeks to determine the feasibility of using opuntias" pulp in pastry techniques; by using chemical techniques such as a bromatological profile to determine the content of nutrients, the type of sugar (simple or compound) and the amount of pectin since these parameters are of great importance to determine the most appropriate culinary technique to make use of the pulp. The shelf life analysis will document the time it can be used and optimal storage conditions. Finally, it is important to determine the sensory analysis where it will be decided by discrimination if the product is pleasant or not for the customer. This paper also discusses the need to feed and the change in eating habits due to the conquering of peoples. Opuntias are also analyzed; their name and the knowledge we have of them. Finally, we document the opuntia pulp yield, studies that allow us to know their uses. The non-probabilistic sample should be formed by professional pastry chefs who are familiar with the use of opuntia pulp in the desserts of a restaurant menu. Sustained by the sensory analysis, there is sufficient evidence to ensure that the opuntia pulp can be used in common pastry techniques.

KEY WORDS: PASTRY, OPUNTIAS, TUNAS

INTRODUCCIÓN

El pulque era la bebida ritual de los antiguos dioses y sus sacerdotes. Después de la Conquista, su consumo se volvió sumamente popular y su producción fue una de las industrias importantes de la época colonial y muy floreciente hasta comienzos del siglo XX.

El pulque aparece en los relatos de Fray Bernardino de Sahagún, como comenta en su libro “Historia General de las Cosas de La Nueva España”:

... y llegada la noche los viejos y viejas, todos bebían octli, que es el vino de la tierra, y del octli que bebían, derramaban antes que bebiesen en cuatro partes del hogar del octli que habían de beber...

Se llamaba al pulque *Octli* o *Pulcre*, y se trataba de todo un ritual para poder ingerir esta bebida sagrada, que daban como ofrenda al Dios del fuego, Ixcozauhqui.

La tuna es un fruto que se ha destacado por sus propiedades benéficas en el tratamiento de padecimientos como la diabetes, alteraciones de lípidos en sangre, también se usa como antiviral y antiinflamatorio en razón a su contenido de sustancias antioxidantes (Sánchez; 2002).

La variedad en el color depende del contenido de pigmentos denominados betalainas, los principales colores son rojo, naranja y púrpura, determinados por el pigmento betacianina (Sánchez; 2002)

El nopal y la tuna son un exquisito alimento que contiene altos porcentajes de potasio, calcio, oxalato, vitamina “A” y “C”. La tuna sirve para la confección de compotas, jaleas y otros productos. Los nopales son originarios de América Tropical y subtropical, y hoy día se encuentran en una gran variedad de condiciones agroclimáticas (Díaz; 2005)

El consumo del pulque es tan antiguo como la historia misma de México ya que los mexicas lo mencionan en textos como una divinidad y este era consumido por niños y adultos por igual.

El maguey llamado el árbol de las maravillas por el padre José Acosta es una planta agavácea de gran utilidad para la cultura material de los grupos indígenas desde la época

prehispánica y para el mestizaje posterior a la colonia. Existen más de 250 especies de agaves localizadas entre el norte de la República Mexicana y Centroamérica.

En el Estado de Hidalgo existen dos regiones donde se produce pulque y cactáceas ya sea de manera silvestre o mecanizada como lo es la Región del altiplano y la del Valle del mezquital en estos lugares es común el consumo de pulque y curados siendo el más popular el curado de tuna roja el cual se hace con una base de una llamada miel de tuna esto es estrujan y reducen por medio de calor la pulpa de tuna se enfría y esta puede ser conservada tanto en refrigeración como en congelación.

El presente proyecto desarrolla la aplicación de la pulpa de opuntias (tunas) en procesos de repostería el cual busca impulsar un producto que se da de manera silvestre o cultivada en las zonas áridas y semiáridas de México. Lo que corresponde al Estado de Hidalgo en el valle del mezquital en los municipios de (Actopan, Chapantongo, Nopala, Pachuca, Ixmiquilpan, Mineral de la Reforma, San Agustín Tlaxiaca, San Salvador, Santiago de Anaya, Tecozautla, Tepeapulco, Tizayuca, Tula de Allende, Tolcayuca, Zacualtipán, Zempoala) (Sheinvar, 2009).

Su vegetación está formada por mezquites, huizaches, pirules y ahuehuetes a orillas del río tula; nogales en Tasquillo; biznagas, nopales, cardones, garambullos y otras plantas de clima muy seco. Anteriormente el valle del Mezquital era una de las regiones más pobres de la República. Actualmente produce la mayor cantidad de alimentos en el estado (Hidalgo, 2013).

El objetivo del proyecto principalmente que puede ser aplicada en diversas técnicas contemporáneas que permitan el rescate de este producto. es demostrar la viabilidad del uso de las pulpas de opuntias en la gastronomía con mayor énfasis en repostería como lo son culis, salsas, concentrados, jaleas, compotas,

Con este proyecto se podrá integrar la pulpa de opuntias a mousses, culis, compotas, gelatinas, como resultado se tendrán platillos con sabores distintos de los ya conocidos con mucha frescura color y gran sabor, (el cual se determinara con el análisis sensorial).

Este concepto está pensado para que los profesionales incrementen la variedad de productos mediante los sabores, colores y olores distintivos de las opuntias que se promuevan a partir de su uso pero con pleno convencimiento de la calidad del producto.

REVISIÓN DE LITERATURA

El enfoque basado en la demanda supone una economía que distingue entre las actividades básicas y las no básicas. Como lo presentó North (1956), el argumento central supone que el crecimiento regional está determinado por el crecimiento de las actividades básicas de la región definidas como actividades que producen bienes y servicios de exportación, por lo tanto traen recursos monetarios del exterior a la región. A su vez, el crecimiento de las actividades básicas depende de la demanda externa de su producción, además el argumento asume que el crecimiento de las actividades no básicas definidas como las actividades que sirven exclusivamente a los mercados locales o regionales de consumo final e intermedios depende de la demanda alcanzada y del ingreso generado por las actividades exportadoras o básicas, por lo tanto se supone que las actividades no básicas tienen un papel pasivo en la promoción del crecimiento económico como lo mencionó Leven (1985).

“La teoría de la base económica sostiene que las actividades no básicas y por lo tanto la producción para el mercado local solo puede aumentar si se incrementa el ingreso local, y este puede crecer sólo si la demanda total externa de la producción exportable crece y por lo tanto las actividades básicas de modo que el cambio exógeno necesariamente solo puede ocurrir en el sector exportador” (Leven: 1985. 572).

Las críticas al enfoque basado en la demanda se centran en su suposición restrictiva de una oferta perfectamente elástica de insumos, tales como mano de obra, capital, importaciones y servicios públicos, estos insumos estarían disponibles para apoyar actividad adicional de las industrias básicas a un costo por unidad constante. Por lo tanto, la oferta de insumos no es una restricción para el crecimiento. Krikelas (1992) desarrolló una detallada historia analítica de los debates teóricos y empíricos de la teoría de la base económica y concluye que: pese a que el modelo se ha mejorado a lo largo de los años de modo que incluya variables adicionales y acepte de manera más explícita la naturaleza dinámica del proceso de crecimiento regional, la mayor parte de los cambios se han dado dentro del ámbito de la simple especificación basada en la demanda, el modelo no ha evolucionado para reconocer el impacto potencial de muchas otras variables que pueden afectar el crecimiento regional.

Tiebout (1956) presentó uno de los primeros argumentos que objetan la primacía de las exportaciones regionales y hacen hincapié en la necesidad de una teoría más equilibrada, un punto central de su exposición fue el argumento de que la base del desarrollo de las industrias exportadoras se encuentra en la ventaja comparativa de la región en costos relativos de producción y transferencia, así como en el ingreso de las áreas circundantes.

Es decir, una región crecerá en la medida en que sus industrias exportadoras puedan competir con otras regiones, Por lo tanto, las actividades económicas no básicas necesariamente desempeñan un papel importante en el crecimiento de la región en la medida en que los costos de los factores en las industrias exportadoras dependen mucho de esas actividades, la producción local o sustitución de importaciones podría reducir los precios de los insumos intermedios, y reducir los salarios intermedios, y reducir los salarios a través de precios menores de los bienes de consumo, en relación con los importados, desde la

perspectiva, la base exportadora es un condición necesaria pero no suficiente para el crecimiento regional.

Otro elemento importante en el argumento de Tiebout es que el tamaño de la región en términos de población condicionara la importancia del comercio externo y comercio interno en la promoción del crecimiento regional en general se supone que a medida que aumenta el tamaño del área, su comercio interno se vuelve más importante y en consecuencia disminuye la relevancia de sus exportaciones.

Thompson (1968) y Pratt (1967) muestran otros argumentos precursores que subrayan la importancia de los factores de la oferta de la conformidad fueron desarrollados.

Desarrollo económico regional y nacional.

Para analizar el desarrollo regional y nacional es necesario considerar el modelo que incorpora tanto los movimientos interregionales de factores, las tendencias de crecimiento equilibrado, como son las economías de aglomeración¹ que son las tendencias de crecimiento desequilibrado y también factores a distancia interregional e intrarregional. Según este modelo conceptualizado por Richardson (1979), el crecimiento de la producción regional se relaciona con el crecimiento de los insumos de los factores y con los cambios en la tecnología, al igual que en el modelo neoclásico, la característica, principal es que los rendimientos de factores y el movimiento de la mano de obra y el capital dependen del nivel de las economías de aglomeración, se asume que las tasas salariales y los rendimientos de capital se relacionan

¹El concepto de economía de aglomeración utilizado en el trabajo fue definido por Fujita (2004) el cual menciona que son “economías externas llevadas a cabo por las empresas, que derivan de la utilización colectiva de las infraestructuras de transporte, de comunicación y de los servicios urbanos. La reducción de los costos, a la cual se ajustan las ventajas extraídas de la proximidad de un gran mercado, explica la concentración de establecimientos industriales y terciarios en las grandes ciudades, que induce a un desarrollo acumulativo de éstas. La aglomeración facilita igualmente la circulación del capital y la diversificación del mercado de trabajo. Al multiplicar las probabilidades de contactos, ésta acrecienta la velocidad de adopción de las innovaciones. Las ventajas de aglomeración, de naturaleza variada, se contrarrestan a veces por el encarecimiento de los costos, los problemas de congestión y de contaminación (deseconomías de aglomeración)” (Fujita, 2004: 139–164).

positivamente con el tamaño de las aglomeraciones urbanas, lo cual conduce a un crecimiento desequilibrado tanto interregional como intrarregional.

Se supone que las economías de aglomeración influyen en la transmisión de los cambios técnicos, específicamente en la difusión del progreso técnico se relaciona de manera directa tanto con el tamaño de la ciudad dominante de la región en relación con las de otras regiones, como con el nivel de integración del sistema urbano de la región con las economías de aglomeración comunes. El factor distancia se relaciona inversamente con el progreso técnico de la región y con la probabilidad de movimiento de la mano de obra, “*ceterisparibus*”, el efecto de la distancia es desacelerar la difusión del progreso técnico y la migración de la mano de obra, según este esquema los diferenciales interregionales en las tasas salariales y los rendimientos de capital, así como el tamaño absoluto del acervo de capital pueden reforzar o contrarrestar las tendencias del crecimiento desequilibrado que promueven los factores de aglomeración.

El enfoque de Richardson destaca el proceso de crecimiento acumulativo basado en economías de aglomeración y también incorpora el espacio entre regiones dentro y fuera de ellas, cuestiona la importancia de los diferenciales de los factores de aglomeración, pero relativamente no sustituye los primeros por los segundos. Borts (1974) señaló lo que comenzó como un ataque de modelos de crecimiento neoclásico terminó en una síntesis interesante, potencialmente útil y utilizable de las variables de localización que podría fortalecer el enfoque neoclásico.

Miernyk (1979) también afirma que el punto de partida de Richardson es la teoría neoclásica del crecimiento, como lo muestran los trabajos de Borts y Stein (1964). Bôventer(1975) formuló la extensión del enfoque de Richardson con un acento similar a las economías de aglomeración y las preferencias de la localización, este modelo supone que las

tasas de crecimiento regional son una función de tres grupos de variables: el tamaño de la población, la distancia que representan las economías de aglomeración, la estructura de la industria regional y las preferencias de la localización, la calidad y el costo de vida, las principales extensiones de Bôventer consiste en la introducción de variables relacionadas a la estructura sectorial y los cambios en esta estructura, un sistema regional jerárquico, regiones y subregiones y una distancia entre las economías de aglomeración inter-urbanas² e intra-urbanas³, economías de aglomeración determinadas por el espacio.

Este modelo excluye los determinantes de los movimientos de factores, precio de los factores sobre la base de los que incluyen economías de aglomeración desde esta perspectiva los diferenciales del rendimiento de los factores se ven como un resultado directo de los diferenciales en el tamaño del mercado, la productividad y las innovaciones que se incorporan en las economías de aglomeración, el modelo se aparta del enfoque neoclásico en donde la relación inversa entre tasas salariales y rendimientos de capital es una parte esencial, los requerimientos de información entre los modelos de Richardson y Bôventer han impedido pruebas estadísticas. Richardson en (1974) solo comprobó algunas variables pero ninguna ecuación completa fue probada en su teoría del crecimiento regional, por lo que no se puede establecer una relación sólida entre teoría y estudio empírico.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad del uso de la pulpa de opuntias en técnicas de repostería.

OBJETIVOS PARTICULARES

² Se define a las economías de aglomeración inter-urbanas como: economías que utilizan bienes y servicios, reducen costos pero estos a su vez son comparados con otras ciudades, que conlleva al estudio de los sistemas urbanos.

³ Se define a las economías de aglomeración intra-urbanas como: economías que utilizan bienes y servicios, reducen costos pero a nivel interno de las ciudades. Esta última sugiere el estudio de la localización de las actividades económicas al interior de la ciudad.

En los objetivos particulares se mencionan los estudios que se realizaran como son perfil bromatológico para determinar el contenido de cada uno tipo de azúcar simple o compuesta cantidad de pectina ya que permitirá direccionar el uso que se le dará en determinada técnica el análisis de vida de anaquel ya que se documentara el tiempo que podrá usarse y si las condiciones de conservación son las óptimas y por último el análisis sensorial donde por discriminación se determinara si son agradables o no los usos que se propone para la pulpa.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Las opuntias (tunas) son un fruto de una variedad del nopal que crecen en zonas áridas (55775008 hectareas) y semiáridas (39217585 ha.) de la Republica Mexicana, ocupando aproximadamente 94992673 ha. (Flores, 2004).

Desafortunadamente, por actividades humanas, las nopaleras silvestres se reducen cada vez más; sin embargo, grandes extensiones están ocupadas por especies cultivadas con el objeto de producir nopalitos (nopal verdura) tunas o xoconostles. Se calcula que hay 150000 ha, cultivadas de nopales para forrajes, 725000 para la obtención de tunas y xoconostles, 10500 para nopalitos y 10000 como sustrato de la cochinilla de la grana (Flores, 2004). Estos cultivos propician el desarrollo local comunitario, fomentando el arraigo de los campesinos a sus tierras.

Para las antiguas tribus nómadas de México, los nopales constituyeron uno de los factores en la transformación de sus comunidades recolectoras a sedentarias, ya que distintas etnias errantes, concurrían en época de fructificación a las zonas habitadas por estas plantas, propiciando el establecimiento de su residencia y el inicio de sus actividades agrícolas, lo que en muchos casos determino la formación de núcleos de población. (Scheinvar, 2009)

En Hidalgo se cultivan cerca de 18000 ha, de opuntia albicarpascheinvar (tuna dulce) localizados principalmente en los municipios de Actopan Zempoala el Arenal San Agustín Tlaxiaca y el Cardonal

Con más de tres mil 700 toneladas producidas, Hidalgo es clasificado como el décimo estado con mayor producción de nopal a nivel nacional y el tercer en superficie sembrada de tuna, con ganancias cercanas a los 96 millones de pesos, de acuerdo al Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera de la Secretaría de Agricultura Ganadería Desarrollo Rural Pesca y Alimentación (Sagarpa).

“En lo referente a al destino de la comercialización en su mayoría es al Distrito Federal y a estados circunvecinos, además del mercado local y el valor de la comercialización de la producción es de 96 millones de pesos aproximadamente”.

Un documento de la dependencia federal señala que en el estado existen más de 184 mil 900 hectáreas sembradas con 124 especies de cactáceas, lo que representa el 90 por ciento del total de las especies que se dan a en todo el país y las cuales se producen principalmente en 33 municipios de la entidad como Actopan, Chapantongo, Nopala, Pachuca, Ixmiquilpan, Mineral de la Reforma, San Agustín Tlaxiaca, San Salvador, Santiago de Anaya, Tecozautla, Tepeapulco, Tizayuca, Tula de Allende, Tolcayuca, Zacualtipán, Zempoala, entre otros.

“Para el caso de Hidalgo, la superficie con cactáceas es de aproximadamente 184 mil 970 hectáreas agrupadas en 124 especies que representan el 90 por ciento de las que existen a nivel nacional, algunas de ella endémicas (nopal, tuna y xoconostle), d estas la superficie cultivada es de cinco mil 839 hectáreas lo que representa el seis por ciento de la producción nacional, además es de gran importancia en el sustento económico de las familias ubicadas en las zonas áridas”.

En cuanto al rendimiento en la entidad se obtienen cerca de 129 toneladas de producción de nopal por hectárea y más de 7 toneladas por hectárea de tuna, lo que coloca entre los estados con mayor utilidad a nivel nacional. El informe agrega que el rendimiento que se obtiene es gracias a la buena sanidad de los cultivos en el estado de Hidalgo

“El rendimiento que se tiene por hectárea en promedio en el estado de Hidalgo es de 129.3 toneladas por hectárea, situación que coloca a la entidad en los mejores lugares en cuanto a rendimiento, posicionándolo con grandes perspectivas de lograr buenas cosechas”.

De acuerdo a la dependencia, actualmente en Hidalgo existen mil 946 productores de tuna y nopal, lo que representa la principal fuente de ingresos para miles de familias hidalguenses que habitan en zonas marginadas “además de que su proceso se convierte en una fuente generadora de empleos lo cual incide positivamente en la economía familiar”.(SAGARPA 2011)

La repostería tradicional ocupa pulpas principalmente de frutos del bosque (cerezas, blueberries, fresas) también de zapote o mamey como frutos mexicanos pero no se ha empleado las opuntias que son originarias de México.

DESARROLLO

A) METODOLOGIA

Como parte de la metodología se llevaran a cabo los siguientes pasos:

Caracterización: se caracterizaran las especies a utilizar por medio del hábito fruto y forma de la semilla de las especies de opuntia.

Análisis de rendimiento: para documentar el rendimiento de cada una de estas especies se

llevara a cabo un análisis de rendimiento.

Pasteurización como medio de conservación: para medir el crecimiento bacteriano de cada una de las especies así como la viabilidad de su conservación.

Empacado al vacío como método de envasado: como medida para reforzar la conservación y como método conveniente de empacado.

Perfil bromatológico: para determinar los elementos que lo componen así como las aplicaciones que podría tener en base a ciertos elementos.

Aplicación de pulpa en procesos de repostería: como alternativa de uso o aplicación en procesos contemporáneos de panadería y repostería.

B) RESULTADOS PRELIMINARES O FINALES

CARACTERIZACIÓN

Se realizó la caracterización bajo los siguientes parámetros: arquitectura foliar a través del hábito de los cladodios de las gloquidas de las espinas de la epidermis y semillas del fruto.

Caracterización de la opuntia albicarpascheinvar (tuna blanca)

a) Imagen1



Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle

b) Imagen 2



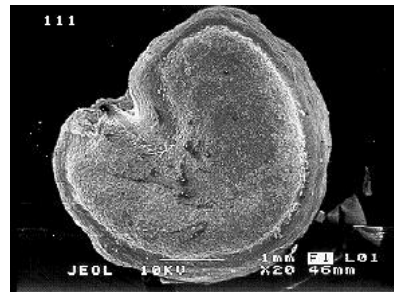
Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle

c) Imagen 3



Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle

d) Imagen 4



Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle

Figura 1. *Opuntia albicarpa* Scheinvar. a) Hábito, b) Artículo con espinas y fruto, c) Acercamiento de un artículo con espinas y frutos amarillos, d) Semilla vista al microscopio electrónico de barrido (X 20).

Caracterización de la opuntia amarilla griffits (tuna amarilla)

a) Imagen 5



Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle



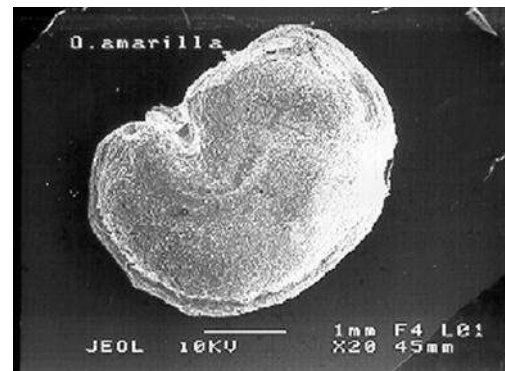
Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle

c) Imagen 7



Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle

d) Imagen 8



Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle

b) Imagen 6

Figura 2. *Opuntia amarilla* Griffts. a) Hábito, b) Artículo con espinas y fruto, c) Acercamiento de un artículo con espinas y frutos amarillos, d) Semilla vista al microscopio electrónico de barrido (X 20).

Caracterización de la opuntia matudaescheinvar (tuna roja)

a) Imagen 9



Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle

b) Imagen 10



Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle

C) Imagen 11



Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle

D) Imagen 12



Fuente: Diez especies mexicanas productoras de xoconostle

Figura 3. *Opuntia matudae* Sheinvar a) Hábito, b) Artículo con espinas y fruto, c)

Acercamiento de un artículo con espinas y frutos,

ANÁLISIS DE RENDIMIENTO

Para el análisis de rendimiento de la pulpa de tuna se desarrolló de la siguiente manera:

La manera en cómo se comercializan las opuntias o tunas es por caja que van desde

Imagen 13

- La caja de tuna criolla de nueve kilos con un costo de \$100
- Caja de 15 kilos con un costo de \$150
- Caja de 25 kilos con un costo de \$200 (Sánchez, 2009)



Para determinar el análisis de rendimiento se siguieron los siguientes pasos

Fuente: Banco del Autor

Imagen 14



- Se ocupó tuna verde con un peso de 1120 gr. 100%
- La merma de la piel y espinas fue de 395 gr.

Imagen 15



Fuente: Banco del Autor

- Al pelarse la tuna esta quedo con un peso de 725 gr.
- Se sometió a un estrujado manual para quitar semillas 320 gr

Fuente: Banco del Autor

- De solo pulpa nos quedó 405 gr Esto es que de la cantidad total de tuna ya como pulpa tiene un rendimiento del 31.7 %

Pasteurización como método de conservación.

Esta se somete a un proceso de pasteurización (es un tratamiento relativamente suave ($T \leq 100^{\text{a}} \text{ C}$) que se utiliza para prolongar la vida útil de los alimentos durante varios días, como en el caso de la leche o incluso meses fruta embotellada.

como medio de conservación (López, Torres, & Giraldo, 2013) donde la cantidad quedo en 355 gr.

Imagen 16



Fuente: Banco del Autor

Envasado

Para el envasado se opta por el alto vacío, el envasado al vacío consiste en la eliminación total del aire dentro del envase, sin que sea remplazado por otro gas. Este método de envasado se emplea actualmente para distintos tipos de productos: carnes frescas, carnes curadas quesos, etc. En menor medida se utiliza en panadería otros productos con

Imagen 17



Fuente: Banco del Autor

una consistencia blanda, ya que la aplicación de vacío puede provocar una deformación en el producto.

Perfil Bromatológico

Determinar la vida de anaquel (tiempo de vida óptimo) de la pulpa de opuntia, el perfil bromatológico informara sobre las cantidades de azúcar que pueda contener,

Tabla 1

Muestra	Humedad	Cenizas	Proteína	Fibra	Grasa	Carbohidratos
Jugo de tuna roja	86.90 (±0.1)*	0.23(±0.017)	0.16(±0.02)	0.0	0.5(±0.02)	12.21

En el cuadro se muestra las variables a considerar estos resultados fueron obtenidos después de 3 meses que estuvieron en congelación las pulpas ya que como referencia de esto se tiene las pulpas de la marca patisfrance la cual tiene la misma presentación

APLICACIÓN DE LA PULPA DE OPUNTIA

Para la aplicación de las pulpas se utilizó en primer término un sustento teórico a partir de recetas base de repostería o procedimientos ya anteriormente utilizados y comprobados como se muestra en el siguiente ejemplo:

Se utilizaron dos recetas para poder generar una nueva receta en cada una se probó la estabilidad de la pulpa así como que no cambiara el sabor del producto inicial o que llevara otros productos que sobrepasaran el sabor.

Imagen 18



Tabla 2

CURADO DE PULQUE ROJO	
Clasificación	BEBIDAS
Sesión	
Receta	1
Número de pax	4
Fecha y tiempo de preparación	30 MIN

Fuente: Banco del Autor

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Elaboración
Tuna roja	1.5	LT	1. Moler y colar la tuna
Agua	0.045	KG	
Canela	0.100	LT	
Pulque fuerte	0.250	KG	

2. Poner a cocer con el agua y canela

Esta receta funcionara como base de la aplicación de la pulpa de tuna.

Tabla 3

PANACOTA DE ALMENDRAS	
Clasificación	CREMOSOS
Sesión	
Receta	14
Número de pax	4
Fecha y tiempo de preparación	80 MIN

Imagen 19



Fuente: Banco del Autor

<i>Ingredientes</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Elaboración</i>
Crema Lyncott	1.5	LT	4. Pesar correctamente todos los ingredientes 5. Hidratar la grenetina
Grenetina	0.045	KG	
Amaretto Dissarono	0.100	LT	
Azúcar	0.250	KG	
Naranja	2	PZ	
Cerezas	0.100	KG	

En esta receta se probó para determinar la estabilidad con el uso de grenetina y si el sabor se mantiene con la crema lyncott

Tabla 4

MOUSE AU CHOCOLAT	
Clasificación	MOUSES
Sesión	1
Receta	15
Número de pax	4
Fecha y tiempo de preparación	80 MIN

Imagen 20



Fuente: Banco del Autor

<i>Ingredientes</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Elaboración</i>
Topping base	0.300	KG	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesar correctamente todos los ingredientes 2. Derretir el chocolate
Crema lyncott	1	LT	
Cobertura oscura	0.500	KG	
Azúcar	0,050	KG	

En esta receta se prueba como estabilizante el topping base lo cual al ser de aceite de palma permite una mayor estabilidad así mismo se usó la crema para el sabor del producto final.

C) CONCLUSIONES Y DISCUSIONES

Las especies fueron caracterizadas por su arquitectura foliar.

En base al análisis de rendimiento se concluye que la pulpa de tuna tiene un rendimiento del 32 %

La pasteurización disminuyó el crecimiento bacteriano.

El empaclado al vacío aumenta la vida de anaquel o útil del producto.

El perfil bromatológico nos dice que son productos ricos en sales y su contenido en carbohidratos.

La viabilidad de la utilización de pulpa en procesos de repostería es muy amplia y da un sabor característico y particular diferente a los ya conocidos y comercializados en el mercado de la panadería y repostería.

Se realizó un postre con base de pulpa de tuna con estabilizante de crema.

Como producto final también se presenta recetas estandarizadas resultado de todos los procesos mencionados en la metodología.

Para el diseño de los postres se consultó el libro Baking and pastry así como recetas a partir de pruebas se modificaron las recetas para dar como resultado lo que se presenta a continuación como recetas finales.

Receta de mousse con base de pulpa de tuna

Tabla 5

ITEM	CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
LA100	Crema para batir	L	0.500	\$42.00	\$21.00
FV500	Pulpa de tuna amarilla	Kg	0.500	\$30.00	\$15.00
AB501	Grenetina	Kg	0.020	\$80.00	\$1.60
AN005	Huevo	Kg	0.300	\$28.00	\$8.40
AB010	Azúcar	Kg	0.100	\$12.00	\$1.20
AB600	Agua	L	0.080	\$1.00	\$0.80
COSTO DIRECTO					\$48.00
COSTO INDIRECTO					\$9.60
UTILIDAD					\$144.00
FINANCIAMIENTO					
SUBTOTAL 1					\$201.60
I.V.A (16%)					\$32.25
SUBOTAL 2					\$233.85
PRECIO POR PORCIÓN					\$46.67

Procedimiento:

PATE A BOMBE: Elaborar una pate a bombe con el huevo entero, y el azúcar cocido a 112°C, levantar el huevo a velocidad alta ya que este aireado bajar la velocidad al mínimo e incorporar el jarabe hasta que tenga consistencia tersa, dejar que enfríe.

PULPA DE TUNA AMARILLA: Calentar a 30°C el agua, incorporar la grenetina y mover hasta diluir.

CREMA PARA BATIR: A velocidad media batir la crema hasta picos suaves

ARMADO: Incorporar en terceras partes primero el pate a bombe con la crema y enseguida la pulpa de tuna cuidar que sean temperaturas similares para evitar grumos.

SUGERENCIA DE ACOMPAÑAMIENTO:

SUGERENCIA DE MARIDAJE: Té chai

A continuación se presentan imágenes de los procesos que se llevaron a cabo a partir de la receta antes mencionada:

Imagen 22



Imagen 21



Fuente: Banco del Autor

Imagen 23

Fuente: Banco del Autor



Fuente: Banco del Autor

Imagen 24



Fuente: Banco del Autor

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta se concluye la aceptación por parte de los encuestados por el uso de la pulpa de opuntia (tuna) dentro de las técnicas de repostería como son: mousses, compotas, pasteles y tartas.

Durante el estudio también se identificó la mayor aceptación por las pulpas dulces a diferencia de la de sabor agrio (xoconostle) ya que los resultados así lo manifestaron, lo que nos permitió generar la propuesta considerando los resultados ya que en esta no se propone postres agrios.

PERSPECTIVAS

La pulpa de opuntia se puede derivar en varios subproductos como o son : pulpas para base de repostería mermeladas para bases de panadería y repostería geles pero sobre todo como azúcar funcional debido a la alta cantidad de azúcar natural que posee se puede reducir el uso de azúcar de caña.

Se recomienda dar una mayor amplitud en tiempo a este tipo de estudio ya que como se comenta en el marco teórico esta tiene un valor nutritivo muy alto.

La transferencia de la tecnología de este proyecto a comunidades de escasos recursos detonaría polos de desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

The Culinary Institute of America. (2009). USA: Wiley.

Díaz Sánchez Fernando; Extracción y caracterización y secado de colorante de tuna roja (*Opuntia lasiacanthapfeiffer*) para su uso en alimentos: Tesis; p. 5, 64.

Gobierno del Estado de Hidalgo. (2 de Septiembre de 2013). *hidalgo.gob.mx*. Obtenido de *hidalgo.gob.mx*:

http://pruebas160.hidalgo.gob.mx/HTML5/estado/regiones_naturales.html#

López, A., Torres, Z., & Giraldo, A. (15 de Octubre de 2013). *usmp*. Obtenido de *usmp*:

[http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info49/articulos/Envasado%20y%20Conservacion%20de%20Alimentos%20\(1\).pdf](http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info49/articulos/Envasado%20y%20Conservacion%20de%20Alimentos%20(1).pdf)

Multivac. (15 de Octubre de 2013). *Multivac*. Obtenido de *Multivac*:

<http://mues.multivac.com/soluciones/tecnologias-de-ensado-y-caracteristicas/tecnologia-de-ensado/ensado-al-vacio.html>

Muñoz Zurita Ricardo; Larousse de la Cocina Mexicana;; p. 412

Bernardino de Sahagún Fray; Historia General de la Cosas de La Nueva España; p. 104, 268-270

P.L.N. Sánchez Granados Ibeth Berenice; Quimioprotección del jugo de tuna roja San

Martin de Hidalgo en Espermatozoides de ratón: tesis; p. 23, 45.

Sánchez, A. (3 de Junio de 2009). *El Sol de Tlaxcala*. Obtenido de *El Sol de Tlaxcala*:

<http://www.oem.com.mx/elsoldetlaxcala/notas/n1188097.htm>

Sheinvar, L. (2009). *Diez especies mexicanas productoras de xoconostles*. México:
Progreso.

Servicio de información Agroalimentaria y Pesquera. (30 de Enero de 2013). siap.gob.mx.

Recuperado el 28 de Mayo de 2013, de siap.gob.mx: www.siap.gob.mx/afaagricola-.ficultivoindex.jsp

Sistemas regionales de innovación como catalizador para el desarrollo del turismo gastronómico en Ixmiquilpan –Cardonal, estado de Hidalgo México.

Pedro Alfonso Ramos Sánchez.

Maestro en Administración de Empresas por la Universidad Autónoma de Honduras, Pedro Alfonso Ramos Sánchez es Profesor Investigador en el área académica de turismo de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, candidato a Doctor en Desarrollo Económico y Sectorial Estratégico en la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP). Correo electrónico ramossa99@yahoo.com (autor corresponsal) Doctorado en Ingeniería de Sistemas por el Instituto Politécnico Nacional,

Abraham Briones Juárez

Profesor Investigador en el área académica de turismo de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen:

Actualmente la globalización demanda mayores niveles de organización en las empresas, regiones, sectores, estados y países para alcanzar la competitividad en los mercados. Esta ponencia tiene que ver con sistemas regionales de innovación (SRI), su conceptualización y su relación con el turismo gastronómico en la Región Ixmiquilpan –Cardonal, para el análisis de un SRI, son necesarios diversos estudios como: vocaciones territoriales, mapeo de innovación, redes de cooperación su conectividad para el impulso de nuevas empresas, así como estructura normativa. Se presentan los principales resultados relacionados al turismo gastronómico y su propuesta de aprovecharse bajo el enfoque SRI., al final las conclusiones principales dan a conocer que existen condiciones muy favorables para tratar a la región desde la óptica de los SRI y aplicarlo al turismo gastronómico.

Palabras Clave: Sistema regional de innovación, Ixmiquilpan – Cardonal, turismo gastronómico.

1.1 Introducción:

Ixmiquilpan-Cardonal es una región donde se ubican 16 balnearios, dándole a Hidalgo la potencialidad de convertir ese territorio en un corredor termo-lúdico. Sin embargo, no existe una visión integral de los prestadores de servicios que permita conformar un Sistema Regional de Innovación (SRI) entendiendo este concepto como capaz de generar conocimiento y comercializarlo entre los actores. Un SRI es “Aquel entramado constituido por “subsistemas de generación y explotación de conocimiento que interactúan y se encuentran vinculados a otros sistemas regionales, nacionales y globales para la comercialización de nuevo conocimiento” (Cooke, Ropeer y Wylie, 2003 p. 365). , por lo que los alcances de los esfuerzos de los actores involucrados son limitados, Actualmente el turismo está considerado como una prioridad nacional, es una de las fuentes de ingreso y de empleo más significativa del país. Ixmiquilpan – Cardonal está considerado como una región con un nivel de marginación medio, sin embargo sus recursos turísticos, termales, agrícolas y en general pueden ser mejor aprovechados catalizando la organización de los actores involucrados en el turismo y actividades que le rodean. Destacan dentro de estos recursos, la gastronomía de la región que puede ser considerado como un importante elemento al interactuar con otros sectores como el campo, los agronegocios y por supuesto el turismo. .Por esto es necesario identificar que eslabones pueden fortalecerse y disminuir su fragilidad, en esta ponencia se tocan los aspectos relacionados con los SRI y los recursos gastronómicos. Globalización, competitividad y sistemas regionales de innovación

La globalización es un fenómeno moderno y universal que compete a los mercados y su influencia en los contextos económicos, sociales y culturales; afecta la fuerza de trabajo, la

información, el conocimiento y la tecnología, partiendo de la vinculación de las empresas y trascendiendo fronteras nacionales y regionales abarcando todo el globo nada se limita a lo local y los índices locales afectan a todo el mundo (Beck, 1999). En el discurso de la globalización se plantea que para competir hay que destacar las ventajas, como la reducción de costos de producción, el aumento del empleo y el aumento de la calidad de los productos por mencionar algunos, por otro lado, al quedar fuera de la globalización también es evidente que existen desventajas, pues no se tienen los beneficios, lo que ocasiona desempleo, pobreza, desigualdad, diferencia social en conocimientos y falta de oportunidades; además la globalización también permite la incorporación de nuevas tecnologías que pueden agregar valor a los productos y servicios. Este fenómeno es imparable y está en todas partes y por lo tanto no se puede dejar de considerar, por lo contrario se debe de estar preparado para su inserción y aprovechar de la mejor forma sus beneficios y abatir sus impactos negativos como es el caso del aspecto social y cultural donde la población ha absorbido la cultura global y se olvidada de los aspectos nacionales de identidad. Desde el punto de vista de Santos en la etapa actual de la globalización “Los territorios nacionales dejan de ser el escenario y referente principal de la sociedad, el estado da paso a la transnacionalización del territorio” (1996), Para enfrentar esta problemática y balancear estos efectos positivos y negativos se tiene que hacer uso de una estrategia bien planificada donde se pueda hacer uso de recursos innovadores y tecnológicos sin cambiar radicalmente nuestra cultura y tradiciones, es por esto que es muy importante la planeación ya que las empresas foráneas pueden afectar tanto en lo positivo como en lo negativo Actualmente a nivel global uno de los retos es aprovechar al máximo los recursos de los que se dispone para lograr esto los medios más efectivos son la ciencia, tecnología e

innovación (C+T+i)⁴ que a su vez permiten que se logre la competitividad, ser competitivo permite una mejor inserción en los mercados mundiales y esto se logra logrando la eficiencia y la productividad. Al ser competitivo se alcanza la prosperidad que es traducida en crecimiento económico, calidad de los empleos y aumento en el producto interno bruto per cápita (PIB/cápita) y en la sustentabilidad. (Ríos 2009).

Para alcanzar todo esto existe un nuevo enfoque de desarrollo que son los sistemas regionales de innovación, (SRI) que son definidos como: “Aquel entramado constituido por “subsistemas de generación y explotación de conocimiento que interactúan y se encuentran vinculados a otros sistemas regionales, nacionales y globales para la comercialización de nuevo conocimiento” (Cooke,1992), todos estos subsistemas son necesarios para que el SRI pueda funcionar correctamente, por eso es importante conocer como es que están integrados y cual es la situación que presenta cada uno de estos subsistemas esto implica del análisis de diversos factores como: redes de colaboración, mapeo de innovación, vocaciones competitivas y normatividad y estableciendo indicadores para su seguimiento, al conjuntar todos estos análisis se puede articular un proceso de cambio orientado a generar conocimiento de forma compartida entre los actores del sistema sus empresas o beneficiarios.

Son numerosos los ejemplos de SRI, que hoy en día han aportado estos beneficios a muchas regiones del mundo, donde podemos mencionar en Europa casos como España, Alemania, Reino Unido, en América, Venezuela, Brasil y México por mencionar algunos.

⁴Investigación y desarrollo experimental (I+D): comprende el trabajo creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar la reserva de conocimientos, incluyendo el conocimiento del hombre, sociedad y cultura y el uso de esta reserva de conocimiento para el uso de nuevas aplicaciones. (OCDE 2002 p.30). *Innovaciones la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas.* (OCDE 2005 p.47).

(OCDE, 2009), (Martínez, C. 2001), (Llisterri, J.; Pietrobelli, C. y Larson, M. 2011), (Hudec, 2010), (Braczyk, H.; Cooke, P. y Hedenreich, M. 1998), (Asheim. y Coenen, 2004)

Los sistemas regionales de innovación pueden sumarse con los programas de los sistemas nacionales de innovación (SNI) y recibir apoyos del gobierno vía fondos mixtos si adquieren un enfoque desde arriba a abajo aunque también pueden tener un alcance desde la perspectiva del desarrollo endógeno, esto quiere decir que también pueden generarse desde la base y aprovechar recursos propios y aplicarlos a la C+T+i.

1.2 Sistemas regionales de innovación y turismo

Los Sistema Regional de Innovación (SRI) deben de entenderse como una entidad capaz de generar conocimiento y comercializarlo a través de las empresas. Para ser más precisos un SRI es “Aquel entramado constituido por “subsistemas de generación y explotación de conocimiento que interactúan y se encuentran vinculados a otros sistemas regionales, nacionales y globales para la comercialización de nuevo conocimiento” (Cooke, Ropeer y Wylie, 2003 p 367). Considerando esta definición en Ixmiquilpan –Cardonal tiene las condiciones de generar conocimientos y comercializarlos aunque la forma en que interactúan es débil, pues existen tres universidades y múltiples empresas de orden turístico, agrícola y comercio y aún no cuentan con un plan que desarrolle estas potencialidades, es por esto importante el diseño del SRI ya que además de articular y organizar las capacidades locales ofrece la posibilidad de apertura a otros SRI, tanto nacionales como internacionales pues un SRI, trabaja a nivel de redes y estas tienen una canalización a desarrollarse y tener contacto con otras redes del exterior. Otro concepto de SRI señala:

Un SRI es “Aquel entramado constituido por “subsistemas de generación y explotación de conocimiento que interactúan y se encuentran vinculados a otros sistemas regionales,

nacionales y globales para la comercialización de nuevo conocimiento”(Cooke, 1992, p.23).

En ésta definición se aprecia la orientación a generar y explotar nuevos conocimientos esto tiene que ver con las vocaciones territoriales. Aunque muchos sistemas regionales de innovación tienen una orientación a la alta y mediana tecnología pues ese fue su origen como los casos de Mondragón, España con empresas manufactureras, Eslovenia, con la industria del metal y

Emilia Romagna en Italia con alta tecnología por mencionar algunos ejemplos.

No solo existen SRI a gran escala si no que un SRI puede darse a escala regional o local siempre y cuando existan los elementos que permitan generar nuevos conocimientos, difundirlos y aprovecharlos.

El carácter de la innovación trasciende a los de baja tecnología y apoya a la reducción de costos, reducción de riesgos, mejora la novedad, los productos o servicios y la comercialización, cualquier sector de la economía puede innovar (OECD/Eurostat 2005, p. 8)

La razón de que los SRI tienen una orientación a la alta y mediana tecnología es que comparten ideas con los distritos industriales que actúan a través de un sistema de beneficios específicos que se generan a través de territorializar la organización productiva mediante la especialización en la producción de actividades de ingeniería, por ejemplo: fabricación de ropa, zapatos, incluso en la industria aeroespacial y la biotecnología utilizando un know-how muy avanzado. Por otra parte los medios innovadores

(*innovativemilieux*⁵, no solo incorporan y generan el saber hacer o como hacer, (*know – how*), tienen el carácter de ser abiertos a la tecnología y mercados, esto les permite dominarlos. Estos modelos de producción localizada han permitido atraer grandes beneficios a los sectores industriales de producción sin embargo sus conceptos son muy relacionados con la idea (I+D+i), propios del sector primario y secundario.

El turismo pertenece al sector terciario y es una actividad impulsora de los anteriores sectores ya que los visitantes y turistas generan redistribución del ingreso y efecto multiplicador que afecta a todas las actividades y sectores, aunque el turismo por pertenecer al sector terciario no es una industria si contribuye a que exista impacto en los otros sectores. Las ideas de territorializar la organización productiva, especializar la producción y por supuesto las de innovación que también están incluidas en los SRI, son compatibles con el impulso de las vocaciones regionales de cualquier sector ya que cualquiera de ellos puede innovar (OECD/Eurostat 2005, p. 8)

La innovación puede sintonizarse con los programas de los sistemas nacionales de innovación mediante recursos de I+D+i aprovechando el enfoque (top down)⁶, aunque es importante señalar que también tienen un alcance desde la perspectiva del desarrollo

⁵Los *innovativemilieux* o medios innovadores, no son un grupo de negocios o una región solamente “Son un complejo en el cual hay capacidad de iniciar un proceso sinérgico, una organización un sistema complejo hecho de relaciones económicas y tecnológicas, un todo en donde el sistema de producción territorial, su cultura tecnológica y sus protagonistas están vinculados (Maillat 1991, p. 113).”

⁶ El enfoque top down (desde arriba hacia abajo) plantea una visión dominante que es adoptada por el banco mundial y el fondo monetario internacional, asume que debe establecerse un plan dirigido desde arriba basado en cambios revolucionarios en las estructuras socioeconómicas, que dirigen al desarrollo. Sachs, McArthur, Schmidt-Traub, Kruk, Bahadur, Faye, and McCord(2004).

El enfoque bottom up (desde abajo hacia arriba) se centra en las acciones que pueden realizarse desde abajo surgiendo de forma endógena al sistema teniendo en cuenta que los que interactúan son los que tiene mayor información y de más calidad referente a los problemas que los aquejan y por la misma razón los cambios institucionales deben de responder más a una evolución en lugar de a una revolución. (Easterly, 2006).

endógeno, esto quiere decir que pueden surgir desde la base con recursos propios en el caso de ser (bottom up).

Considerando que la innovación pueda surgir desde la base o con el apoyo del gobierno y que esta innovación es para buscar mejoras en este sentido en el manual de OSLO una empresa puede introducir cambios en sus métodos de trabajo, en el uso de los factores de producción o en sus productos, procesos, organización y comercialización para mejorar su productividad o su eficacia comercial. (OCDE, 2005, p.19)

Estos cambios innovadores deben alcanzarse en la esfera del turismo pues el turismo puede observarse desde diferentes ópticas pues al tratarse de un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual y que por motivos personales o de negocios/profesionales, realizan actividades donde algunas implican gasto turístico (OMT, 2007. p.1)

Si bien el turismo es visto como un fenómeno social con múltiples efectos en lo económico, en la naturaleza, en los paisajes e incluso en las personas tanto locales como los visitantes hay que considerar que en el entramado de este fenómeno existen muchas relaciones entre diversos actores, pues para satisfacer la demanda de servicios y productos, que éstas movilizaciones temporales de los visitantes provoca, se deben de coordinar esfuerzos en la razón de no solo el aprovechamiento económico, sino en el cuidado del medio ambiente y de las comunidades receptoras, sus tradiciones y costumbres así como su identidad y el aprovechamiento de sus de sus múltiples recursos. El turismo implica satisfacer una gama amplia de actividades como alojamiento, provisión de alimentos y bebidas, transporte recreo, cultura y deporte por mencionar a los principales y tienen diversos impactos en otros sectores económicos a través de la redistribución del ingreso, captación de divisas, efecto multiplicador y aportación al producto interno bruto entre otros. El turismo entonces

tiene mucho que ver con diversos actores, sus relaciones y forma en que interactúan con otros sectores de la economía como, la educación, a transportación, la agricultura, el comercio y los servicios, estas relaciones pueden observarse y entenderse desde un enfoque sistémico.

1.3 Sistemas de innovación en el turismo

“El análisis regional de la innovación está siendo objeto de creciente interés, toda vez que se asume que los factores regionales pueden influir en la capacidad innovadora de las empresas. Hay diferencias substanciales en la actividad innovadora de las distintas regiones, por lo que el diseño de políticas adecuadas pasa por identificar correctamente las características y factores que fomentan la actividad innovadora y el desarrollo de determinados sectores.” (OCDE, 2005, p. 39)

Por lo anterior el turismo no es la excepción y podemos encontrar en la revisión de la literatura, autores como: (Lawrence, 2005, Lee y Chok, 2005, Carson y Jacobsen, 2005, Weidenfeld, William, y Butler, 2010, Hjalager, 2010, González, 2011, Percy y Lester, 2012, Weidenfeld, 2013, Wolf, Pechlaner y Nordhorn 2013, Weidenfeld. y Hall. 2014) que abordan a los sistemas de innovación en el turismo mediante la articulación de ideas que aplicadas a contextos regionales utilizan el pensamiento sistémico para la creación de estructuras y procesos que puedan administrar la actividad turística y los sectores que se relacionan con dicha actividad, generando y transfiriendo, nuevos conocimientos y su aplicación, formas de implementar la innovación abierta, aprovechamiento de redes, todo esto para aprovechar las ventajas regionales, mediante subsistemas que generen dinamismo regional.

1.4 Globalización gastronomía y turismo

Existen diversos autores que han abordado el tema de la gastronomía y del turismo en el entorno global, .de esta forma se puede atender a la globalización desde diversos enfoques y formas de pensar para Robertson, (1992) define a la globalización como “la compresión del mundo y la intensificación de la consciencia del mundo como un todo” p.8 esta concepción hace la reflexión de que todo se relaciona y que de alguna forma todo puede conectarse despertando la conciencia a la globalidad.

Advirtiendo un nivel de intervención o de respuesta al fenómeno de la globalización: Waters (2001) define, “ Es un proceso social en el cual las restricciones en lo geográfico, la economía, lo social, lo político y acuerdos culturales se desvanecen, tienen que ver con que la gente incrementa su preocupación por este desvanecimiento y actúa en consecuencia” p. 5

Hay tres consecuencias básicas de la globalización: homogenización versus heterogenización consciencia global vs conciencia local y cultura local versus cultura global

Lo local se globaliza y lo global se localiza es un intercambio. La cultura de globalización no solo afecta el cómo se consumen alimentos si no también la forma en que se hace turismo.

La globalización está presente en las tendencias en los productos que consumimos pues ahora permite que múltiples productos no están sujetos a la temporalidad y las importaciones de diversos productos permite que los turistas encuentren los productos que consumen en sus países ofreciéndoles cierta seguridad de algo que ya conocen y que les es familiar de esta forma encontramos que El consumo de alimentos está sujeto a la influencia de la globalización. (Hall & Mitchell, 2002a) y (Torres 2002)

En un rápido cambio del paisaje gastronómico, las fuerzas de la globalización y localización han incluido presión en los hábitos de consumo (Richards, 2002), como es el caso de la “Mc Donaldización” (Ritzer 2003) donde existen en la actualidad más de 25,000 sucursales y en 120 países del mundo. Checar este dato actualizarlo y citarlo) muchos turistas han adoptado la homogenización del escaparate gastronómica adoptando la costumbre de comer barato y con seguridad en este tipo de franquicias presentes en todo el mundo. Otros han atacado la estandarización de y homogenización de la comida rápida como no saludable, y antinatural y que además de privar a los locales y a los turistas del sentido de lugar y espacio visitado. (Richards, 2002).

Puede surgir la pregunta si la comida global desplaza a la gastronomía local y desvanece las costumbres o tradiciones de una región pueblo o nación y que tan buena o mala es esta consecuencia, la respuesta está en la capacidad de reaccionar de las personas relacionadas con identidad de los destinos turísticos y moldear o dirigir en función a sacarle el mayor provecho posible a un imbatible fenómeno que no tiene marcha atrás.

Las empresas gastronómicas multinacionales han promovido la diversidad de más productos y no han desbancado a las culturas locales. Un ejemplo de esto es que Mc Donald´s ha incorporado algunos cambios en sus productos adaptándose a las necesidades y preferencias de sus consumidores en otros países, ejemplo: el Mckroket en los Países Bajos, McKebab en India, Teriyaki Burguer en Japón y el McRice en Hong Kong. Anthena, Mak, Lumbers&Eves, (2012).

Entonces lo local enriquece lo global y lo global inunda nuestra cultura adaptándose a la gente y surgiendo como un respiro en esta modernidad, haciéndonos presentes en el concierto global, sin haber existido una pregunta o solicitud de membrecía, queda entonces la posibilidad del rescate de lo original y proyectarlo como una ofrenda al mundo esa es la

posibilidad del recurso gastronómico y todavía ofrece una más que es la de fusionar los elementos importados de otras culturas y aplicarlos a nuestro contexto, esta diversidad gastronómica de productos, de técnicas, nutrientes, adornos y sabores, ofrece la posibilidad de compartir y coexistir.

La globalización puede ser vista como un fenómeno multidimensional que comprende una mezcla compleja de homogeneidad y heterogeneidad (Robertson, 2001) de esta forma La cultura global se mezcla con lo local y entonces se vuelve criolla (Hanners, 1992)

La cultura global y la cultura Local pueden coexistir mientras lo global transforme la naturaleza y significado de lo local y lo local corresponda cause una modificación en lo global (Ram, 2004)

La globalización puede ser vista como un desafío pero también como una oportunidad para la reinención de nuevos productos locales y nuevas identidades(Anthena ,Mak, Lumbers&Eves, 2012).

1.5 Identidad regional e innovación gastronómica

Ante las diversas alternativas que ofrece la gastronomía como: el aprovechamiento de los recursos con los que se cuentan, incorporar nuevos productos gastronómicos derivados del intercambio cultural o la opción de fusionar elementos de la gastronomía local con otros tipos de cocina , puede suceder que esto ocurra sin la atención y la intención de dedicar un nivel de importancia en especial a cada una de estas actividades, esto quiere decir que no se tienen un plan de cómo hacer que brille la gastronomía regional reflejando la identidad y unicidad de sus elementos, esto habla de que deberá de existir una planeación detallada para orientar el proceso de difusión y aprovechamiento de una forma inteligente de los recursos con los que se cuenta y que se quieren destacar, esto puede resultar complejo pues la región representa el espacio en donde se conjugan diversos actores como proveedores,

agricultores, agronegocios, negocios de alimentos y bebidas haciendo un complejo tejido de personas que concentran sus esfuerzos en diferentes objetivos , desde la producción, proveeduría, empaque, exportación y comercialización de estos productos, Las regiones juegan un papel muy importante en la cadena de valor de la gastronomía ya que es en donde se cultivan los recursos gastronómicos desde su producción en el sector agrícola, que después puede procesar insumos y materia prima y proveerá experiencias gastronómicas en hoteles y restaurantes y atraer visitantes con productos gastronómicos de la región. (Richards, 2001). Existe una fuerte relación entre la comida y la identidad, no es para sorprenderse que la comida se convierta en un importante promotor turístico. (Hughes, 1995:114). Entonces habrá de agregarse esta nueva posibilidad, la de planificar la identidad gastronómica de una región considerando de forma integral a todos sus actores y establecer redes que permitan una visión de conjunto y medir los avances y metas que se planteen.

Los vínculos tan cercanos que tiene la gastronomía, agricultura, la producción de alimentos y la gastronomía convierten a estos sectores en una bastión para la innovación. por esto es importante incorporar estos conceptos a los procesos de desarrollo local y regional , incrementarles valor a sus productos tanto turísticos como gastronómicos y por añadidura a sus insumos , considerando la calidad en cada una de estas partes, agregando valor a todos los productos finales, generando un círculo virtuoso donde los sistemas de innovación regional aumenten las capacidades productivas de estas áreas rurales , que de forma creativa hacen sinergia para ajustarse a las conductas de consumo de las poblaciones urbanas. (Richards, 2001).

Ante todo esto se tendrá que considerar a la gastronomía como bandera para la innovación y unir las condiciones para tener acceso a financiamientos de investigación e innovación, para que las ideas innovadoras puedan ser transformadas en productos y servicios que generen crecimiento y empleos (Richards, 2001). Se deberá promover a la gastronomía como un reto para el desarrollo urbano y regional (Richards, 2001)

Es por esto que es viable la aplicación del enfoque SRI a la región de Ixmiquilpan y Cardonal pues tiene una vocación turística natural a través de sus balnearios y parques acuáticos, además la innovación es aplicable a las vocaciones como turismo, agricultura y turismo gastronómico y agronegocios, presentes en la región.

2.1 La región de Ixmiquilpan – Cardonal en el estado de Hidalgo, México

Dentro de las actividades turísticas del estado de Hidalgo destaca la presencia de 79 balnearios y parques acuáticos que conforman los siete corredores turísticos de balnearios que tienen gran aceptación en el mercado regional, el corredor turístico de balnearios y parques acuáticos Ixmiquilpan – Cardonal es considerado el corredor y región más desarrollada en esta actividad, tiene 16 balnearios, 24 establecimientos de hospedaje, 5 agencias de viajes y 33 establecimientos de alimentos y bebidas en comercios establecidos, así como diversas vocaciones como el comercio, la agricultura y el turismo alternativo por mencionar las principales. Acorde con cifras del Instituto nacional de estadística geografía e informática (INEGI) en 2012, La región cuenta con una población de 104, 790 habitantes sin embargo tanto Ixmiquilpan como Cardonal son considerados municipios con un grado de marginación medio.⁷ Tiene una población analfabeta de 3,739 habitantes lo que

⁷El índice de marginación es una medida – resumen que permite diferenciar entidades federativas y municipios según el impacto global de las carencias que padece la población como resultado de la falta de

motiva el desempleo y la falta de oportunidades de empleos mejor remunerados, además un estudio del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, Coneval (2008), menciona que el estado de Hidalgo se encontraba en el lugar número ocho en la escala de pobreza.

“Hidalgo es una de las entidades del país que en los años recientes se considera un Estado emergente, debido a sus elevadas corrientes migratorias hacia los Estados Unidos. De acuerdo con cifras oficiales, en los Estados Unidos radican más de 250 mil Hidalguenses, los cuales residen principalmente en los estados de Arizona, California, Carolina del Norte y del Sur, Florida, Georgia, Illinois, Nevada, Nueva York, Texas, Indiana y Arkansas” (Vega, 2008. p.68).

Ante esta situación de la región y cifras oficiales que hablan de la necesidad de mejorar las condiciones de vida de la población, la intención de esta ponencia es identificar el panorama actual regional e identificar como tener un mejor aprovechamiento de sus recursos utilizando el enfoque de un SRI, es decir conocer desde donde se partiría y cuáles son los elementos que favorecen y abonan al SRI así como aquellos que necesitan mejorarse o aquellos que no existen y que son necesarios para fortalecer la región.

2.2 Problema de investigación

Ixmiquilpan-Cardonal es una región donde se ubican 16 balnearios, 24 establecimientos de hospedaje, 5 agencias de viajes y 33 establecimientos de alimentos y bebidas así como

acceso a la educación, la residencia en viviendas inadecuadas, la percepción de ingresos monetarios insuficientes y las relacionadas con la residencia en localidades pequeñas. Fuente: (Bustos, 2009, p.172).

diversas vocaciones como la gastronómica y la de recursos agrícolas, sin embargo, no existe una visión integral de los prestadores de servicios que permita conformar un SRI. Además, no operan de manera integrada por lo que los alcances de los esfuerzos de los actores involucrados son limitados. es por esto necesario evaluar el potencial gastronómico de la región a través de las vocaciones turísticas para ver como detonar esta actividad mediante el enfoque SRI.

3. Metodología

Este trabajo de investigación tiene que ver con los estudios previos necesarios para la conformación de un SRI para realizar esta labor se hizo acopio varios análisis como: vocaciones territoriales considerando información del programa sectorial de desarrollo económico 2011-2016 de Porter (2010), en redes de cooperación, se tomó en cuenta su morfología, contenido y resultados de redes atendiendo a Casas, Gortari, Luna, Santos y Tirado, (2001), y para los atributos en contextos rurales de estas mismas redes se consideró a Powell and Smith- Doerr (1994), Bramwell and Rawling (1996), Flury (1999), Glosvik (2003), Rosenfeld (2003), Yates (2003) y Jack (2005), para el mapeo de innovación se incorporaron preguntas respecto a los problemas de innovación, acciones de innovación y proyectos de innovación considerando a OCDE (2005) y Ríos (2009), en interacción y/o conectividad; se incluyeron aspectos como fondos de capital semilla, incubación, certificación, proveedores y patentes considerando a Ríos (2009). El aterrizaje de todo lo anterior se realizó a través de una metodología cualitativa que involucro, entrevistas a personas clave de la región, como el total de los responsables en los 16 balnearios y parques acuáticos, dos programas universitarios, la oficina de turismo municipal y la de desarrollo agrícola. Ver anexos 1 y 2,

También se realizó investigación de forma documental en lo referente a los recursos gastronómicos de la región.

La propuesta final de diseño de SRI que involucra el trabajo en redes se elaboró con el apoyo de la metodología de sistemas suaves.

4. Resultados finales

4.1 Recursos para el turismo gastronómico

En Ixmiquilpan, dentro de sus alimentos típicos se encuentra la barbacoa de carnero o de pollo, fritanga, quesadillas de sangre de carnero frita, moronga en caldillo y chile, quesadillas de flor de calabaza, tamales verdes, rojos y de jitomate, nopales con quelites, alberjones así como dulces de leche y azúcar, dulces de frutas cubiertas de piloncillo, tunas, nuez, duraznos, membrillos, aguacate y entre sus bebidas principales, el pulque blanco, aguamiel y pulque curado de varias frutas

En el Cardonal, El platillo más tradicional de este municipio es fritanga, barbacoa, consomé, quesadillas de sangre de carnero frita, revuelta con chile y cacahuates, nopales, flor de garambullo, gualumbos de maguey, escamoles, chicharras, lechuguilla, juniquillo, flor de sábila y de maguey

4.2 Vocaciones

En el programa sectorial de desarrollo económico 2011-2016, de acuerdo a su diagnóstico estratégico en la región VI que corresponde a Ixmiquilpan y Cardonal, el sector que debe aprovecharse es el de la agricultura, vía agronegocios y el de turismo de salud, en un análisis de los sectores que se relacionan cuando existen clusters Porter (2010), menciona al

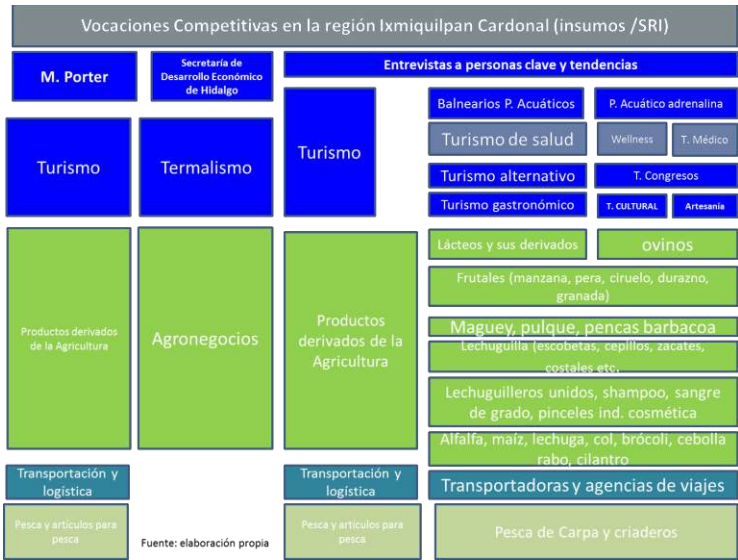
turismo, los agronegocios, la pesca y la transportación cabe destacar que el turismo de salud es únicamente aprovechado por el 6% de sus usuarios (Ramos, 2008).

“La vocación no es algo rígido o estático en el tiempo, puede cambiar si las condiciones y deseos de la comunidad cambian, la vocación debe de ajustarse a las capacidades locales” (Silva, 2012. p. 45-49), partiendo de este enfoque podemos agregar que la comunidad debe de trabajar en el diagnóstico de las vocaciones para que pueda transformarse en lo que desea en el futuro en este sentido al estudiar a las vocaciones desde las redes de colaboración se encontró que las redes de innovación se⁸identificaron con: El turismo en general y con segmentos como: turismo cultural y religioso, ecoturismo, turismo de aventura , artesanías, agricultura, y comercio. Además, las redes de conocimiento⁹ también identificaron al turismo en general, la gastronomía y la agricultura. Cabe destacar que ninguno mencionó el turismo de salud, balneología, o termalismo y esta es una vocación potencial y de gran alcance para agregar valor y empleos de calidad, debe ser considerada como pasiva y convertirse en vocación pasiva activada. En la figura 1 pueden apreciarse los enfoques de las relaciones entre actividades que tienen un vínculo, las propuestas por la secretaría de economía del Estado de Hidalgo y el resultado final después de aplicar entrevistas a personas clave y revisión bibliográfica, presentando de forma precisa las vocaciones a desarrollar en la región. Ver figura 1.

⁸Para este trabajo se consideran redes de innovación aquellas en donde las empresas comparten y aprovechan los conocimientos de las redes de conocimiento para su aprovechamiento mediante su comercialización.

⁹Las redes del conocimiento son aquellas creadas entre Universidades, centros tecnológicos o la academia para introducir o difundir conocimientos nuevos a las redes de innovación del exterior de ellas o incluso organizar los conocimientos, procesos o mejoras de la industria o empresa y convertirlos en conocimientos y beneficios generales.

Figura 1 Vocaciones competitivas en la región Ixmiquilpan Cardonal



Fuente: Elaboración propia a partir de Porter y Secretaría de desarrollo económico de Hidalgo.

4.3 Innovación

En materia de turismo gastronómico no se detectó evidencia de incorporar innovación a esta actividad.

Dentro de lo que se detecto es que se encuentra la carrera de gastronomía en Universidad tecnológica del Valle del Mezquital y ofrece cursos de capacitación.

La innovación que debe de instrumentarse en la región deberá estar enfocada a las vocaciones identificadas es decir: termalismo, turismo de salud, Wellness, agronegocios, turismo gastronómico, turismo de negocios, turismo alternativo y piscicultura.

4.4 Redes

Solo se detectó el trabajo con CANIRAC, en esfuerzos por realizar muestras gastronómicas y con presidencia municipal para venta de artículos de agronegocios aunque solo de forma esporádica.

4.5 Interacción o conectividad

No se detectó a balnearios en la incubación de una empresa o en un programa de fomento a emprendedores, ni generación de patentes en todos los entrevistados.

Si se estimula la certificación y estandarización nacional, con el distintivo H, el M, Punto limpio y bandera blanca. Como no existe una empresa extranjera relacionada con el ramo que importe otra tecnología no hay un parámetro internacional que seguir.

No existe la idea de crear un organismo que articule o fomente la innovación, no se identifica la palabra sistema regional de innovación, ni de cluster, al menos en estas redes de innovación.

4.6 Normatividad

El marco normativo e institucional es muy completo para la institución de un SRI como lo podemos evidenciar en la tabla 1

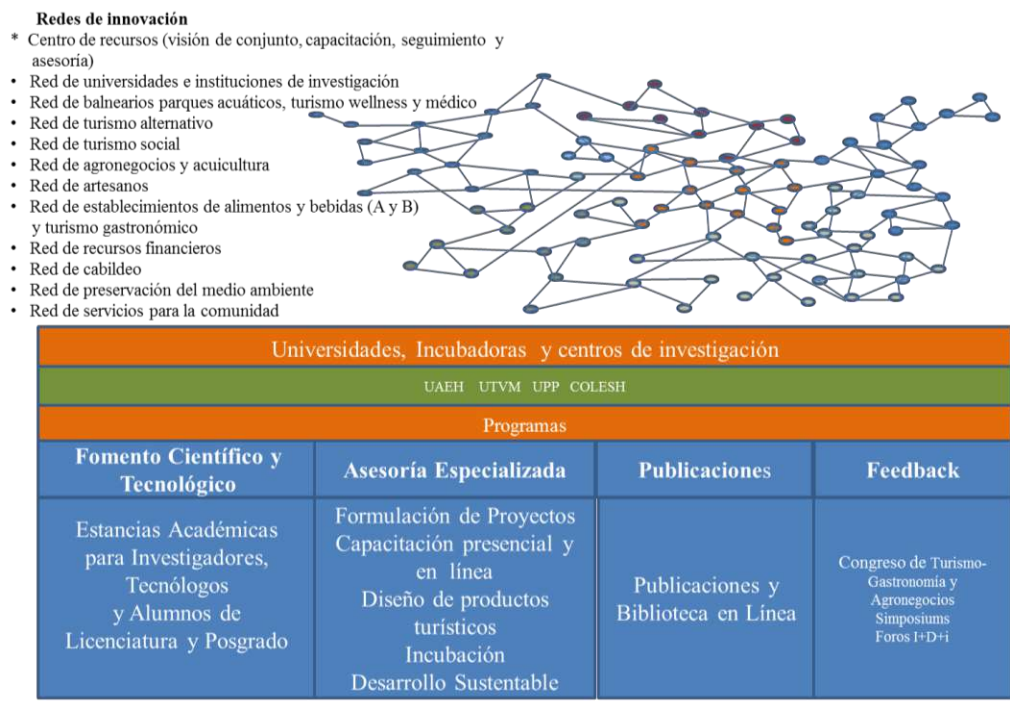
Tabla 1 Sistema estatal de Ciencia Tecnología e Innovación en el Estado de Hidalgo			
Marco normativo y de planeación	Instituciones Públicas	Instituciones académicas y de investigación	Sector Privado
• Ley de Ciencia y Tecnología	• Comisión Hidalguense de Investigación, Desarrollo	• 11 Instituciones de educación superior	81,957 unidades

<p>del Estado de Hidalgo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reglamento de la Ley de Ciencia, Tecnología e Innovación en el Estado de Hidalgo • Decreto de Creación del Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Hidalgo • Plan Estatal de Desarrollo 2005-2011 • Programa Estatal de Investigación, Ciencia y Tecnología 2005-2011 	<p>Tecnológico e Innovación, donde confluyen los representantes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El ejecutivo del estado • El COCYTEH • La Secretaría de Desarrollo Económico • La Secretaría de Educación Pública • La Secretaría de Salud • La Secretaría de Desarrollo Social • La Secretaría de Planeación y Desarrollo Regional • La Oficina de Modernización e Innovación • Consejo de Ciencia y 	<p>con programas de licenciatura certificadas por COPAES</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 Instituciones pertenecientes al Programa Nacional de Posgrados de Calidad • Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo • Universidad Politécnica de Pachuca • 192 investigadores SNI (2010) 	<p>económicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • 122 registros en el RENIECYT • 11 parques industriales
---	---	---	---

	<p>Tecnología</p> <p>del Estado de Hidalgo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comisión legislativa de Ciencia y Tecnología del Congreso de Hidalgo 		
<p>Fuente: Foro consultivo científico y tecnológico. (2012). Diagnóstico en ciencia, tecnología e innovación en Hidalgo, p 23</p>			

4.7 Propuesta

Figura 2 Redes de innovación y subsistema de generación y difusión del conocimiento



Fuente: Elaboración propia

La propuesta es que mediante el desarrollo de redes de conocimiento en redes de innovación se de impulso a todas las vocaciones identificadas entre ellas la vocación de turismo gastronómico y de agronegocios y acuicultura que tendrán que trabajar en los siguientes puntos específicos, considerando que la gastronomía puede adquirir un nivel de atractivo turístico, una fuente generadora de visitas sin embargo hay que rodear a este producto turístico de más posibilidades que aumenten la estadía o las motivaciones de visita. Anthena ,Mak, Lumbers&Eves, (2012).

La reconstrucción o reinención de en la cultura gastronómica y construcción y preservación de la identidad es esencial al desarrollar productos gastronómicos y puede ayudar a alcanzar una ventaja competitiva.

La cocina criolla es una estrategia creativa

Tienen que ser opciones: distintivas, diversificadas y novedosas, tradicionales

Relacionar productos con actividades

Promover tradiciones y costumbres

Productos locales con agronegocios

Productos indígenas disponibles

Todos ellos con identidad y unicidad que den un toque de cultura adquirida

Apoyar el desarrollo sustentable

Agronegocios y productos orgánicos

Conclusiones

La visión SRI resulta pertinente y actual agregando así a otros sectores que pueden beneficiarse.

Destacan como vocaciones territoriales: el turismo de salud Wellness y médico los agronegocios y el turismo gastronómico y la piscicultura, el turismo de negocios y el turismo alternativo.

El tener identificadas a las vocaciones territoriales permitirá replantear la identidad y creación de nuevos productos que deben ser impulsados mediante proyectos y que abonen a la creación de un SRI.

Todo territorio cumple con características específicas que le dan una identidad, sin embargo esta identidad puede ser mejorada, resaltada destacando sus cualidades específicas que le hagan diferenciarse y destacar

En organización se hace evidente la necesidad de programas integrales como un SRI o un Cluster, ya que sin un trabajo a este nivel difícilmente se desarrollará el potencial de la región a sus niveles más óptimos. La intención de generar la asociación regional de balnearios en Ixmiquilpan – Cardonal obedece a una nueva forma de búsqueda de nuevos enfoques de desarrollo y que debe de replantearse la forma de trabajo de los balnearios y orientarlos a los SRI y a los Clusters.

La estructura normativa es completa para permitir la implantación de un SRI.

Las universidades y sus programas representan uno de los aspectos más fortalecidos en la masa crítica como condición para iniciar un SRI, es por esto que el enfoque SRI es sustantivo para impulsar las redes de cooperación.

La gobernabilidad actual relación con gobierno federal municipal y estatal, organizaciones como asociación de balnearios estatal, nacional, empresarios y comunidad tienen una disponibilidad para mejorar el desarrollo en la región, incluso se organiza una asociación regional de balnearios y parques acuáticos, sin embargo es necesario el enfoque SRI para optimizar estos esfuerzos.

Referencias

Beck, (1999). *What is Globalization*, Cambridge: Polity Press

Cooke,(1992). “Regional Innovation Systems: Competitive Regulation in the new Europe”. *Geoforum*. 23: 365-382.

Cooke,(1998). “Introduction: Origins of the Concept”. En: h.J.Braczyk, P. Cooke, y M. heidenreich (Eds.). *Regional Innovation Systems. The Role of Governances in a Globalized World*. Londres: UniversityCollege London Press

Cooke, ,Ropeer, y Wylie. (2003). “The Golden Thread of Innovation and Northern Ireland’s Evolving Regional Innovation System”, *Regional Studies*. 37 (4): 365-379.

Edquist, (2001). Innovation policy in the systems of innovation approach: Some basic principles. In Fischer, M. M., and Fröhlich, J. (Eds.),*Knowledge complexity and innovation systems*(pp. 46-55). Berlin, Germany: Springer

Porter,(2010). “Competitiveness and the composition of the economy links between clusters”. Mock Session 6.

Ramos, (2008).”Terralismo en el Estado de Hidalgo y su aprovechamiento

turístico”, X Congreso Nacional y IV Internacional de Investigación Turística, que organiza la SECTUR, a través del Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR). Toluca, México.

Vega. y Huerta,(2008). “Hogares y remesas en dos estados de migración internacional: Hidalgo y Nayarit, Papeles de población”, n. 56. México, Universidad Autónoma del Estado de México, p. 68

Quesada, (2005). “Elementos del turismo”. EUNED. San José, C.R.

Cooke, (1992), Regional Innovation Systems: Competitive regulation in the New Europe”. *Geoforum*.23:365-382.

Hall, & Mitchell, (2002). The Changing Nature of the Relationship Between Cuisine and Tourism in Australia and New Zealand: from Fusion Cuisine to Food Networks. In A. M. Hjalager& G. Richards (Eds.),*Tourism and Gastronomy*(pp. 187-206). London: Routledge.

Hannerz, (1992).*Cultural Complexity: Studies in the social organization of meaning*, New York:Columbia University Press.

Hughes, (1995). Authenticity in turism. *Annals of Tourism Research*, 22(4),781 – 803

Mak, Lumbers & [Eves](#), (2012) *Annals of Tourism Research* , Globalisation and food consumption in tourism, 39:171-196

Ram, (2004). Glocommodification: How the Global Consumes the Local - McDonald's in Israel, *Current Sociology*, 52(1),11-31.

Ritzer, (1995).*The McDonaldization of Society*. London: SageRobertson, R.

(1992).*Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.

Torres, R. (2002). Toward a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: tourist food consumption and preferences.*Tourism Geographies*, 4

Waters, (2001).*Globalization*. London: Routledge.

Páginas de internet

INEGI. (2012). “Anuario estadístico del Estado de Hidalgo”. Establecimientos de preparación de Alimentos y Bebidas con categoría turística por municipios, según clase de establecimientos al 31 de diciembre de 2011. Recuperado el 2 de mayo de 2013 de:

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/ae12/estatal/hgo/default.htm>

Coneval. Consejo nacional de evaluación de la política económica, (2008). Recuperado el 14 de julio de 2012 de: <http://web.coneval.gob.mx/coordinacion/entidades/Paginas/Hidalgo/principal.aspx>

Bustos, 2009. Niveles de marginación, una estrategia multivariada de clasificación, Vol 2, Num. 11, enero – Abril año, abril 2011. Recuperado el 24 de junio de 2014 de: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/especiales/revista-inter/RevistaDigital2/Doctos/RDE_02_Art10.pdf

[Foro consultivo científico y tecnológico, \(2004 - 2011\). “Querétaro, diagnóstico de ciencia tecnología e innovación”, recuperado el 11 de Diciembre de 2013 de: http://www.foroconsultivo.org.mx/libros_editados/diagnosticos3/queretaro.pdf](#)

Llisterri, J.; Pietrobelli, C. y Larson, M. (2011). “Los sistemas regionales de innovación en América Latina”. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, D.C. recuperado el 10 de junio de 2013 de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36413687>

Alternativa de la utilización de la tuna cardona en la elaboración de relleno para chocolates y su comercialización temprana

AUTORES: Filardo, Santiago Ricardo Tomás Kerstupp*; Sánchez, Víctor Jesús Ávila*.

*Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Instituto de Ciencias Básicas e Ingeniería,
Área Académica de Química, Química en Alimentos.*

Resumen

El presente trabajo de investigación propone una alternativa del aprovechamiento de la tuna Cardona (*Opuntia streptacantha* Lem) a través de la elaboración de una mermelada y así hacer un sincretismo entre el chocolate y la tuna Cardona. Se obtuvo un producto con características especiales en donde destacó el sabor sui generis del relleno no convencional. Se realizó el análisis de costos del producto final para iniciar su comercialización a nivel local y denotar competitividad y viabilidad, de acuerdo a los conceptos actuales de innovación.

Para llegar a nuestro objetivo se elaboró una mermelada de tuna Cardona y posteriormente la elaboración de los cascarones de chocolate, que se rellenaron con la mermelada de tuna Cardona.

Palabras clave: Tuna Cardona, chocolates rellenos, innovación

Desarrollo de la comunicación

1. Introducción

La tuna Cardona es un fruto proveniente de una cactácea propia de las zonas áridas y semiáridas del Valle del Mezquital, consumida desde culturas prehispánicas hasta nuestros

días (Scheinvar, 2010). De este fruto cocido con azúcar se obtiene una mermelada con características propias, utilizada como relleno para chocolates (Filardo, 2013).

El cacao, con el cual se elabora el chocolate, ha representado en las culturas prehispánicas un alto valor, considerando que se utilizó como moneda y alimento de dioses. Actualmente forma parte de nuestra cultura e historia y se ha convertido en un alimento universal (Filardo, 2013).

El análisis de costos es útil para proporcionar al empresario los elementos necesarios para determinar el costo unitario del producto que fabrica, y así conocer sus márgenes de utilidad por unidad y que conozca la utilidad de la determinación del costo unitario como factor estratégico y competitivo (Vázquez, 2013). Es por ello que en este trabajo de investigación básica se aborda la explotación de la tuna Cardona, para la elaboración de chocolates rellenos de mermelada de tuna Cardona y escalar el producto a la comercialización a nivel local.

Desarrollo

2. Metodología

2.1 Elaboración de mermelada de tuna Cardona

2.1.1 Equipo Utilizado

Equipo utilizado para el desarrollo de los chocolates rellenos de mermelada de tuna Cardona:

- Estufa, refractómetro, cazo de cobre, cuchara, tazón de cristal, taza medidora, pala de madera, moldes para chocolates, duya, espátula acodada, plancha de mármol.

2.1.2 Obtención de la pulpa de tuna Cardona

Se utilizaron tunas Cardonas recolectadas en la localidad de Acayuca, Estado de Hidalgo, el punto de venta fue en uno de los puestos establecidos a la orilla de la carretera México – Pachuca, la cual se conservó en refrigeración ya que son un producto altamente perecedero.

El primer paso para la obtención de la mermelada de tuna Cardona fue lavar con agua y jabón perfectamente los frutos con un cepillo para eliminar polvo y espinas características de esta fruta y después enjuagar con agua potable. Figura 1.



Figura 1. Tuna Cardona (*Opuntia streptacantha* Lem)

El siguiente paso fue eliminar completamente las cáscaras de cada tuna (exocarpio), ya limpias se reservaron en un tazón para realizar la extracción de la pulpa (mesocarpio, endocarpio y semillas). Figura 2.



Figura 2. Cáscara (exocarpio) y pulpa (mesocarpio, endocarpio y semillas) de tuna Cardona.

Con ayuda de un colador de metal se separaron las semillas de la pulpa, obteniendo así la pulpa de tuna Cardona. Figura 3.



Figura 3. Eliminación de semillas y obtención de la pulpa.

De las semillas se puede obtener aún más pulpa si se comprimen con una manta de cielo. A continuación se presenta una tabla del rendimiento en peso de la obtención de la pulpa.

2.1.3 Formulación de la mermelada de tuna Cardona

Se utilizó la siguiente fórmula para la obtención de la mermelada de tuna Cardona: relación 1:1 de pulpa extraída de tuna Cardona y azúcar (0.652 Kg), un cuarto sobre el peso de la pulpa de glucosa (0.260 Kg.) y un 0.5 % sobre el peso de la pulpa de pectina (0.0078 Kg).

Figura 4.



Figura 4. Procedimiento para la elaboración de mermelada de tuna Cardona.

2.2 Elaboración de chocolates rellenos de mermelada de tuna Cardona

La siguiente figura resume el procedimiento de la Elaboración de chocolates rellenos de mermelada de tuna Cardona (Figura 5):



Figura 5. Elaboración de chocolates rellenos de mermelada de tuna Cardona.

Cada pieza de chocolate relleno contiene 10g de chocolate belga y 4g de mermelada de tuna Cardona.

2.3 Etiqueta y empaque para el producto final

En realizó una propuesta de etiqueta que tendrá el producto final que saldrá a la venta con el nombre de “Dulces Momentos”.

El producto final consiste en una bolsa de celofán que contiene 3 chocolates con cacahillo cada uno. La bolsa se cierra con un listón.

2.4 Análisis de costos

Se realizó el análisis de costos de la elaboración de chocolates rellenos de mermelada, que incluye:

- Costo de materia prima.
- Costo de mano de obra considerando un solo trabajador con un sueldo diario de \$100.00 y que sólo trabaja sábados y domingos (104 días al año).
- Costo primo del producto final.
- Los gastos de fabricación.
- Los gastos de operación, considerando que el producto se comercializará en un establecimiento compartido (restaurante) y que como concepto de renta, se cobrará el 10% de las ventas.
- El costo total.
- El margen de utilidad considerando que es un producto alimenticio (30%).
- El margen de utilidad.
- El precio de venta propuesto.

2.5 Encuestas de monitoreo de posible mercado

Para realizar estas encuestas, se realizó una muestra en un establecimiento (restaurant), donde el programa de la muestra fue el siguiente:

- Recibir a los asistentes
- Dar la bienvenida
- Realizar la primera encuesta
- Entregar folletos de información del Chocolate relleno de tuna Cardona.
- Iniciar la degustación del chocolate
- Realizar la segunda encuesta
- Agradecer su asistencia

El folleto otorgado en la muestra fue el siguiente:

- Portada: que contenga el título del tema, el logotipo el producto y una pequeña introducción.
- Contenido: muestra los ingredientes principales del chocolate así como el objetivo principal de su fabricación.
- Contra portada: muestra el contacto con la investigadora.

Los formatos de las 2 encuestas se encuentran en el apartado de los anexos.

3 Resultados

3.1 Obtención de tuna Cardona

Se obtuvieron los siguientes porcentajes de rendimiento de la extracción de la pulpa de los frutos. Tabla 1.

Producto	Peso	Porcentaje
Tunas enteras	2,370 kg	100%
Cascaras (exocarpio)	1,316 kg	57 %
Semillas	0,33 kg	15 %
Pulpa (mesocarpio y endocarpio)	0.652 kg	28 %

Tabla 1. Rendimiento en peso de la obtención de la pulpa.

3.1.1Elaboración de la mermelada de tuna Cardona

La mermelada cumplió con las características necesarias para la elaboración de los chocolates rellenos, teniendo una consistencia, un color y un sabor adecuado para su finalidad. El peso final fue de 0.9575 Kg. Figura 7.



Figura 7. Mermelada de tuna Cardona (*Opuntia streptacantha* Lem) envasada.

La siguiente tabla muestra el costo de materia prima unitaria de la elaboración de la mermelada de tuna Cardona. Tabla 2.

Elaboración de mermelada de tuna Cardona para relleno de chocolates				
Explosión de materiales				
Nombre del producto:		Mermelada de tuna Cardona		
Clave del producto:		MTC-P6-UAEH		
Materias primas				
Código	Concepto	Cantidad Utilizada	Costo por unidad	Importe
MTC-P6-UAEH-1	Tuna Cardona	1 Kg.	\$ 0.04	\$ 0.08
MTC-P6-UAEH-2	Azúcar	0.652 Kg.	\$ 0.07	\$ 0.04
MTC-P6-UAEH-3	Glucosa	0.260 Kg.	\$ 0.11	\$ 0.03
MTC-P6-UAEH-4	Pectina	0.0078 Kg.	\$ 2.63	\$ 0.02
Total del costo de materias primas por unidad				\$ 0.17
Elaboró: Yazmín Jiménez Gutiérrez			Fecha: 07 Julio de 2014	
Autorizó: Santiago Filardo Kerstupp				

Tabla 2. Costo de materia prima unitaria.

La tabla anterior muestra el costo de materia prima para la elaboración de mermelada que contiene una pieza de chocolate. El costo de materia prima para elaborar 0.9575 Kg. de mermelada de tuna Cardona es de \$42.09.

3.2 Elaboración de chocolates rellenos de mermelada de tuna Cardona

El producto final contó con las características buscadas, con un 30 % de mermelada y un 70 % de chocolate, porcentajes adecuados para un buen chocolate relleno, con un peso de 14 gramos: diez gramos de chocolate y cuatro de mermelada de tuna Cardona.



Figura 8. Chocolate relleno de mermelada de tuna cardona.

La siguiente tabla muestra el costo de materia prima unitaria de la elaboración de chocolates rellenos de mermelada de tuna Cardona. Tabla 3.

Elaboración de chocolates rellenos de mermelada de tuna Cardona				
Explosión de materiales				
Nombre del producto:		Chocolate relleno con mermelada de tuna Cardona		
Clave del producto:		MTC-P6-UAEH		
Materias primas				
Código	Concepto	Cantidad Utilizada	Costo por unidad	Importe

CMTC-P6- UAEH-1	Mermelada de tuna Cardona	0.9575 Kg.	\$ 42.09	\$ 0.17
CMTC-P6- UAEH-2	Chocolate belga	1 Kg.	\$ 169.50	\$ 1.70
Total del costo de materias primas por unidad				\$ 1.87
Elaboró: Yazmín Jiménez Gutiérrez			Fecha: 07 Julio de 2014	
Autorizó: Santiago Filardo Kerstupp				

Tabla 3. Costo de materia prima unitaria (por pieza terminada de chocolate).

De acuerdo a la tabla anterior, si se utilizan 4g de mermelada en cada pieza de chocolate relleno, 0.9575 Kg. de mermelada de tuna Cardona tienen un rendimiento teórico para 239 piezas de chocolate relleno, equivalente a \$446.93.

3.3 Etiqueta y empaque para el producto final

Se realizó la propuesta de etiqueta para la comercialización del producto final, que como se mencionó anteriormente, consiste en una bolsa de celofán que contiene 3 chocolates con capacillo cada uno. La bolsa se cierra con un listón. Figura 9.



Figura 9. Propuesta de etiqueta del producto.

3.4 Análisis de costos

3.4.1 Explosión de materiales del producto final

A continuación se presenta la tabla de explosión de materiales del producto final que contiene los ingredientes para la elaboración de los chocolates rellenos y el empaque para el producto final. Tabla 4.


		<h1>Dulces Momentos</h1>			
Explosión de materiales					
Nombre del Producto:		Chocolate relleno de mermelada de tuna Cardona (3 pzas)			
Clave del producto:		CRMTC-P6-UAEH			
Materia primas					
Código	Concepto	Cant. Utilizada	Unidad	P.U.	Importe
CRMTC-P6-UAEH-1	tuna	2.3700	Kg	\$ 0.04	\$ 0.08
CRMTC-P6-UAEH-2	azúcar	0.6520	Kg	\$ 0.07	\$ 0.04
CRMTC-P6-UAEH-3	glucosa	0.2600	Kg	\$ 0.11	\$ 0.03
CRMTC-P6-UAEH-4	pectina	0.0078	Kg	\$ 2.63	\$ 0.02
CRMTC-P6-UAEH-5	chocolate	0.0100	Kg	\$ 1.70	\$ 1.70
CRMTC-P6-UAEH-6	capacillo	3	pza	\$ 0.40	\$ 1.20
CRMTC-P6-UAEH-7	listón	1	pza	\$ 1.00	\$ 1.00
CRMTC-P6-UAEH-8	bolsa celofán	1	pza	\$ 0.30	\$ 0.30
CRMTC-P6-UAEH-9	etiqueta	1	pza	\$ 0.50	\$ 0.50
Total de costo de materias primas por unidad					\$ 8.61
Elaboró:		VJSA		Fecha: 07 julio 2013.	
Autorizó:		VJSA			

Tabla 4. Explosión de materiales del producto final.

Con base en la tabla anterior se puede deducir que el costo de la materia prima para producir una pieza de chocolate relleno de mermelada de tuna Cardona es de \$1.87 (3 piezas equivalen a \$5.61) y cada paquete con 3 chocolates tiene un costo primo de \$8.61.

Se muestra en la tabla 5 el resumen del análisis de costos que se calcula para la venta de paquetes de chocolates rellenos de mermelada de tuna Cardona, presentación en bolsa de celofán con 3 piezas con cacahillo cada uno. El cálculo incluye un trabajador con un sueldo diario de \$100.00 y que tiene 104 días laborales al año (sólo sábados y domingos). También se calcula el costo de fabricación, donde se tomó en cuenta la depreciación de utensilios y equipo de cocina necesario. En el costo de operación se considera que, como concepto de renta, se cobrará el 10% de las ventas.


		DULCES MOMENTOS		
Resumen	Factor	Factor base horas hombre	Factor base materia prima	
Costo de materia prima		\$ 8.61	\$ 8.61	
Costo de mano de obra	0.1429	\$ 14.15	\$ 1.23	
Costo primo		\$ 22.76	\$ 9.84	
Gastos de fabricación	0.0050	\$ 0.04	\$ 0.04	
Costo de producción		\$ 22.80	\$ 9.89	
Gastos de operación	0.0070	\$ 0.06	\$ 0.06	
Costo total		\$ 22.86	\$ 9.95	
Margen de utilidad (%)	30	\$ 6.86	\$ 2.98	
Precio de venta		\$ 156.80	\$ 12.93	
Elaboró:				
Revisó:	Fecha: 07 Julio 2014			

Tabla 5. Resumen de análisis de costos de la venta de chocolates rellenos de mermelada de tuna Cardona.

Se resume con base en la tabla 5 que el costo primo de un paquete de chocolates rellenos es de \$9.89, que por cada paquete se obtiene una ganancia de \$2.98 y que se propone un precio de venta de \$12.93 por paquete.

3.5 Degustación y encuestas de monitoreo de posible mercado

Se realizó una muestra de los chocolates rellenos de tuna Cardona en un restaurant ubicado en la carretera Federal Pachuca - Tulancingo, kilómetro 19.5, el 17 de septiembre de 2013.

Figura 10.



Figura 10. Lugar de la muestra.

Se elaboraron 60 piezas de chocolate para la degustación y se llevaron a cabo dos tipos de encuestas, y se aplicaron a 60 personas. La primera encuesta, que corresponde a una prueba de agrado del producto y la segunda encuesta permitió mostrar a los asistentes este nuevo producto, al finalizar, se realizó la segunda encuesta que constara de seis preguntas y tuvo como resultado mostrar el agrado o desagrado por el chocolate relleno de tuna Cardona.

Figura 11.



Figura 11. Degustación de los chocolates.

Para la realización de las encuestas se elaboraron folletos, con el fin de informar al consumidor sobre el producto. Figura 12.



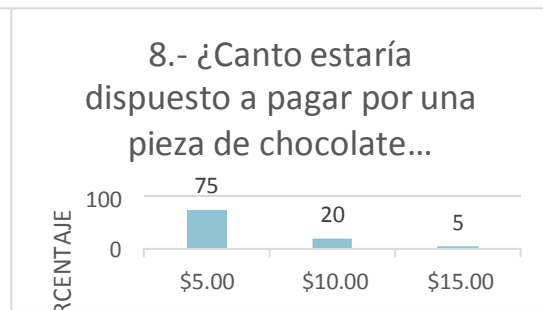
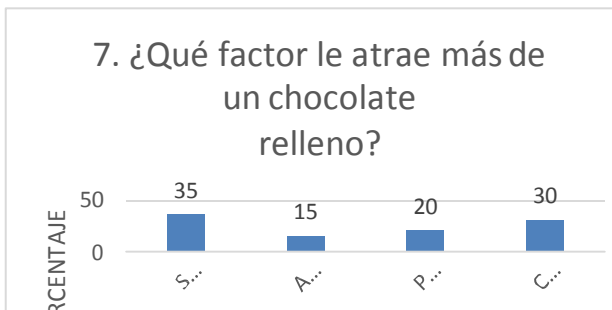
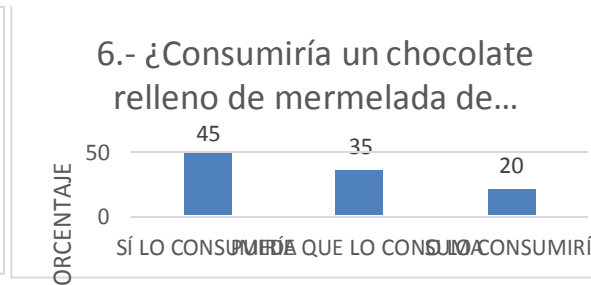
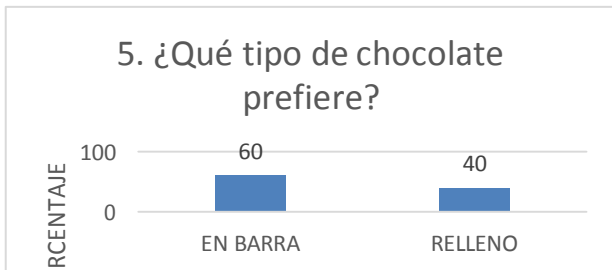
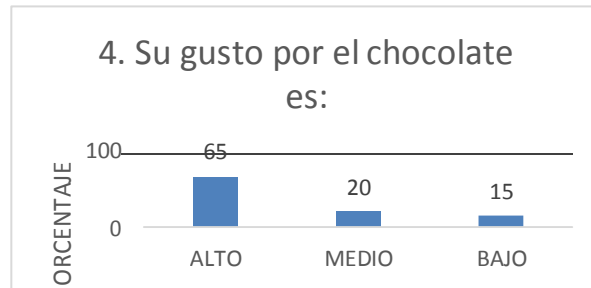
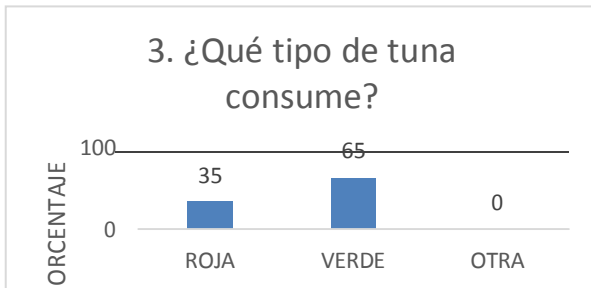
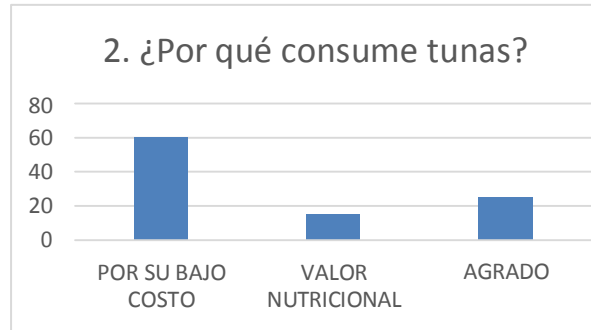
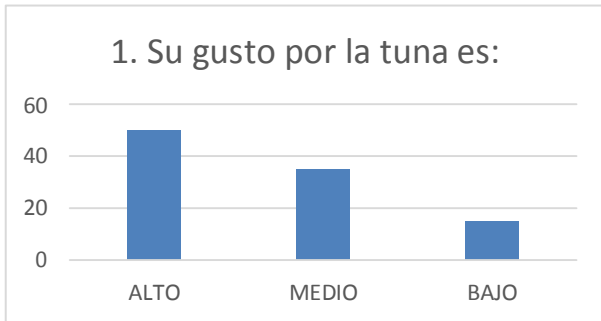
Figura 11. Folletos para la degustación.

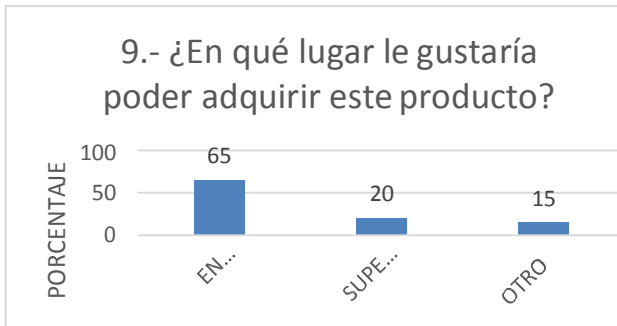
La siguiente tabla muestra el costo de la degustación. Tabla 6.

Descripción	Cantidad	Unidad	P.U.	Importe
Chocolates rellenos de mermelada de tuna Cardona	60	Pieza	\$1.87	\$112.24
Capacillos	60	Pieza	\$0.40	\$24.00
Trípticos	60	Pieza	\$ 2.00	\$120.00
Encuestas	60	Pieza	\$0.30	\$18.00
Total				\$274.24

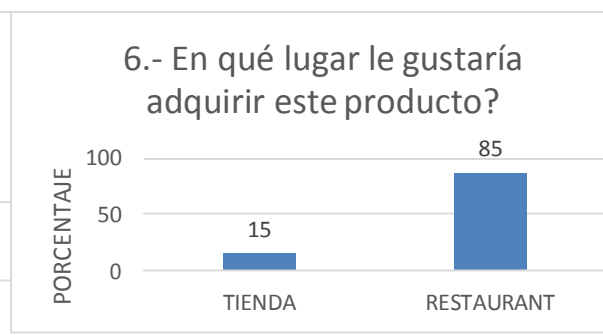
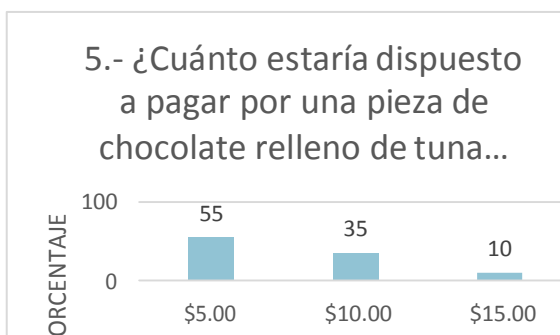
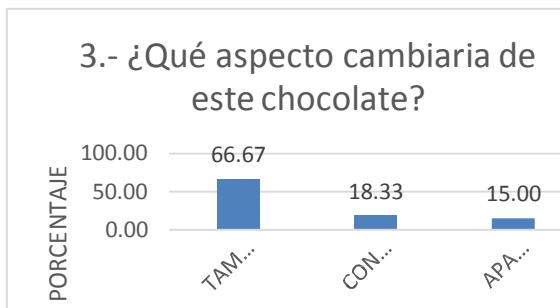
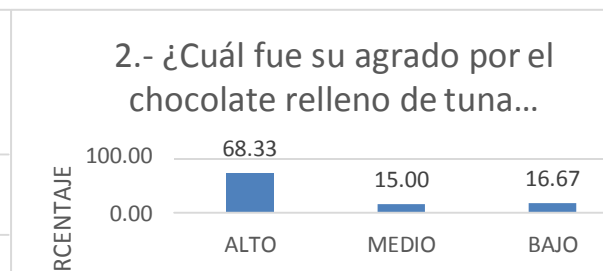
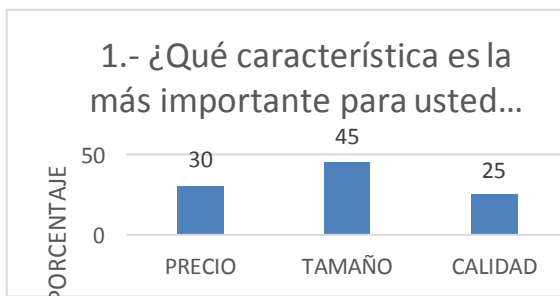
Tabla 6. Costo total de la degustación

Los resultados de la primera encuesta realizada a 60 personas antes de la muestra del chocolate relleno de mermelada de tuna Cardona, fueron los siguientes:





Los resultados de la segunda encuesta realizada a 60 personas antes de la muestra del chocolate relleno de mermelada de tuna Cardona, fueron los siguientes:



3.6 Oportunidad de negocio

Después de la degustación y las encuestas, se acordó con la encargada general del restaurant la aprobación para la venta de Los chocolates rellenos de mermelada de Tuna Cardona; colocándolos en venta los días sábados y domingos.

La venta inició con diez paquetes con tres chocolates cada uno, cada chocolate con un capacillo, colocados en una bolsa de celofán transparente cerrado con un listón y con una etiqueta que muestra el nombre del producto, la fecha de elaboración, la fecha de caducidad. El precio al público es de \$20.00, la empresa se quedará con el 10% de la venta total.

Se realizaron las ventas durante y se monitorearon por cinco semanas (periodo del 17 de septiembre al 16 de octubre de 2013), sólo contando los días sábados y domingo y se muestran a continuación. Tabla 7.

Fecha	Paquetes colocados a la venta	Paquetes vendidos	Paquetes sobrantes	Ganancias
17-18 septiembre	10	7	3	\$140.00
24-25 septiembre	10	8	2	\$160.00
1-2 octubre	10	6	4	\$120.00
8-9 octubre	10	5	5	\$100.00
15-16 octubre	10	6	4	\$120.00

	Subtotal	\$640.00
	10% de venta para el restaurant	\$64.00
Total		\$576.00

Tabla 7. Monitoreo de ventas de 5 semanas.

El costo total de la muestra de los chocolates fue de \$274.24, si se resta el costo de las ganancias de la venta de chocolates por 5 semanas, se obtiene un resultado de \$301.76.

Si se hubiera puesto en venta cada paquete con el precio propuesto según el análisis de costos (\$12.93), se hubiera obtenido una ganancia de \$372.38, que al restar el costo total de la muestra de los chocolates (\$274.24), se obtiene un resultado de \$98.14.

4. Conclusiones

A través de esta investigación fue posible desarrollar un chocolate relleno utilizando materia prima no convencional, mermelada de tuna Cardona, dando así una alternativa de uso a esta especie. De acuerdo al análisis de costos, el costo primo de un chocolate es de \$1.87.

Se realizó el empaque para comercializar las piezas de chocolate, cuyo costo de venta que se propone es de \$12.93 por paquete.

Se monitorearon las ventas totales en cinco semanas en un establecimiento, donde el costo al consumidor fue de \$20.00, se obtuvo una ganancia de \$301.76, lo que muestra que es un producto innovador comercialmente viable y que puede reducirse el costo hasta \$12.93, es decir, \$7.07 menos.

Este trabajo puede ser ejemplo de creación de nuevas microempresas con crecimiento gradual y responsable, debido a que considera el análisis de costos como una herramienta vital para ser competitivo.

5. Fuentes de consulta (Bibliografía)

Scheinvar, Leia. 2010. Diez especies mexicanas productoras de xoconostles: *Opuntia spp* y *Cylindropuntia imbricata* (*Cactaceae*). México.

Filardo, Santiago Ricardo Tomás Kerstupp. 2013. Manual de repostería avanzada. Licenciatura en Gastronomía. Universidad Autónoma del estado de Hidalgo. México.

Vázquez, Mario Padilla. 2013. Análisis de costos. Programa de capacitación empresarial de la Secretaría de Economía Pachuca. México.

6. Anexos

6.1 Anexo 1

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

ENCUESTA # 1

Esta encuesta servirá para sustentar la propuesta de la tesis **ALTERNATIVA DE LA UTILIZACION DE MERMELADA DE TUNA CARDONA COMO RELLENO PARA CHOCOLATES** que se está realizando por parte de **YAZMIN JIMENEZ GUTIERREZ** con No. De Cuenta **092069** en la **LIC. EN GASTRONOMÍA** de la **UAEH**, para obtener el título de licenciatura. Todos los datos obtenidos serán estrictamente confidenciales.

EDAD: _____

FECHA: _____

FAVOR DE SUBRAYAR LA RESPUESTA QUE MUESTRE SU INTERES

1.- SU GUSTO POR LAS TUNAS ES

A) ALTO

B) MEDIO

C) BAJO

2.- ¿POR QUE CONSUME TUNAS?

A) POR SU BAJO COSTO

B) VALOR NUTRICIONAL C) AGRADO

3.- ¿QUÉ TIPO DE TUNA CONSUME?

A) ROJA

B) VERDE

C) OTRA

4.- SU GUSTO POR EL CHOCOLATE ES

A) ALTO

B) MEDIO

C) BAJO

5.- ¿QUE TIPO DE CHOCOLATE PREFERE?

A) EN BARRA B) RELLENO ¿POR QUE? _____

6.- ¿CONSUMIRIA UN CHOCOLATE RELLENO DE MERMELADA DE TUNA ROJA?

A) SI LO CONSUMIRIA

B) PUEDE QUE LO CONSUMIESE C) NO LO
CONSUMIRIA

7.- ¿QUÉ FACTOR LE ATRAE MAS DE UN CHOCOLATE RELLENO?

A) SABOR

B) OLOR C) PRESENTACION

D) COSTO

8.- ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UNA PIEZA DE CHOCOLATE RELLENO DE TUNA ROJA?

A) \$5.00

B) \$10.00

C) \$ 15.00

9.- ¿EN QUE LUGAR LE GUSTARÍA PODER ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?

A) TIENDA

B) SUPERMERCADO

C)

RESTAURANT

6.2 Anexo 2

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

ENCUESTA # 2

Esta encuesta servirá para sustentar la propuesta de la tesis **ALTERNATIVA DE LA UTILIZACION DE MERMELADA DE TUNA CARDONA COMO RELLENO PARA CHOCOLATES** que se está realizando por parte de **YAZMIN JIMENEZ GUTIERREZ** con No. De Cuenta **092069** en la **LIC. EN GASTRONOMÍA** de la **UAEH**, para obtener el título de licenciatura. Todos los datos obtenidos serán estrictamente confidenciales.

EDAD: _____

FECHA: _____

FAVOR DE SUBRAYAR LA RESPUESTA QUE MUESTRE SU INTERES

1.- ¿QUE CARACTERISTICA ES LA MÁS IMPORTANTE PARA USTED AL MOMENTO DE CONSUMIR UN NUEVO PRODUCTO?

A) PRECIO B) TAMAÑO C) CALIDAD D)

OTRO _____

2.- ¿CUAL FUE SU AGRADO POR EL CHOCOLATE RELLENO DE TUNA
CARDONA?

A) ALTO

B) MEDIO

C) BAJO

3.- ¿QUE ASPECTO CAMBIARIA DE ESTE CHOCOLATE RELLENO?

A) TAMAÑO DE LA PIEZA DE CHOCOLATE B) CONSISTENCIA DE LA

MERMELADA

C) APARIENCIA

4.- ¿CON QUE FRECUENCIA LE GUSTARIA CONSUMIR ESTE PRODUCTO?

A) DIARIAMENTE

B) UNA VEZ A LA SEMANA

C) UNA

VEZ AL MES

5.- ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UNA PIEZA DE
CHOCOLATE RELLENO DE TUNA ROJA?

A) \$5.00

B) \$10.00

C) \$ 15.00

6.- ¿EN QUE LUGAR LE GUSTARÍA PODER ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?

A) TIENDA

B) RESTAURANT

C) OTRO: -----

-

Desarrollo organizacional en el turismo

Diagnóstico Sistémico de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Monterrey

Octavio Dalí Castillo Colunga 1

Ricardo Tejeida Padilla 2

Instituto Politécnico Nacional

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad mostrar el proceso de diagnóstico de viabilidad al que fue sometida la Oficina de Convenciones y Visitante de Monterrey. Para llevar a cabo el objetivo previamente mencionado se recurrió a la Ciencia de Sistemas, particularmente al Modelo de Sistemas Viables, modelo elaborado para diseñar, gestionar y diagnosticar organizaciones de cualquier índole. El resultado muestra una falta de viabilidad en la organización, lo cual se refleja en el desempeño poco satisfactorio de la misma.

Palabras Clave. Viabilidad, Modelo de Sistema Viables, Ciencia de Sistemas y Oficina de Convenciones y Visitantes

ABSTRACT

The main aim of this work is to show the diagnosis viability process which “Monterrey Conventions and Visitors Bureau” was subjected. In order to reach this goal we employed the System Science, specially the Viable System Model, model employed for design, manage and diagnostic any kind of organization. The result shows that the organization has a lack of viability, this is showed in its performance.

Key words. Viability, Viable System Model, System Science and Conventions and Visitors Bureaur.

INTRODUCCIÓN

Si bien en el contexto internacional las *DestinyManagentCompany* han incrementado en número, en México las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) siguen teniendo gran participación, en el país se cuenta con un total de 56 (Secretaría de Turismo (SECTUR), 2012) entre las más importantes (el grado de importancia es determinado por el número de eventos internacionales que albergaron) se encuentra la de la Ciudad de México, Cancún, Guadalajara (International Congress and Convention Association (ICCA), 2012). El asegurar el correcto funcionamiento de dichas organizaciones es fundamental pues de ellas depende gran parte de la proyección y captación de eventos y flujos de turistas (SECTUR, 2012). Sobre la Oficina de Convenciones y Visitantes de Monterrey (OCV MTY) (objeto de estudio de la presente investigación) resulta pertinente mencionar que paso de ser una de las organizaciones que mejor posiciono al destino que representan (SECTUR, 2002) a no poder posicionarlo en el reporte del ICCA 2012.

REVISIÓN DE LITERATURA

Sistémica

La sistémica contemporánea tiene sus orígenes en el libro *General System Theory: Foundations, Development, Applications* (Bertalanffy, 1968), no obstante diversos postulados de la sistémica contemporánea se han buscado desde hace milenios por filósofos como Platón (Pérez, 2012).

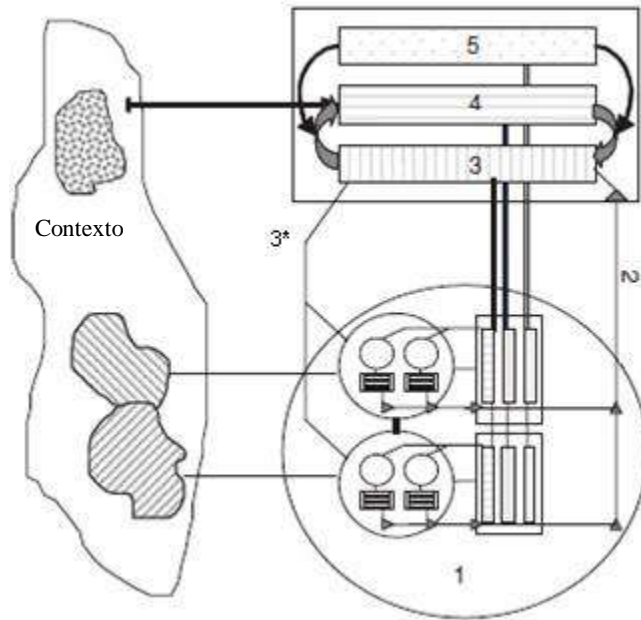
La Ciencia de Sistemas invita a entender la realidad como como indivisible (Checkland, 1990), interrelacionada (Ackoff, 1999) y compleja (Prigogine, 1983), en contraposición de la visión tradicionalista que dibuja al mundo como reduccionista, mecanicista y positivista (van Gigch, 1991).

Unade las principales cualidades que poseen los sistemas es la isomorfía, es decir la capacidad de que determinadas teorías o postulados referentes a un sistema particular puedan ser válidos para otros sistemas con cualidades similares a las del sistema para el que inicialmente se formularon dichos postulados, esta característica ha permitido que conceptos como autopoiesis, (acuñado por Maturana y Varela en su libro De Máquinas y Seres Vivos (2006)) relacionado con la Teoría de los Sistemas Vivientes, emanada de las ciencias biológicas, se pudiera transpolar a la Cibernética Organizacional (administración), área de estudio desarrollada por Beer (1972,1995,1995).

El Modelo de Sistema Viable

El Modelo de Sistema Viable (VSM por sus siglas en inglés), diseñado por Beer (1972, 1995, 1995), surge de la Cibernética Organizacional, está última se entiende como la Ciencia de la Administración Efectiva (Johansen, 2004). El VSM tiene como principal objetivo diagnosticar la viabilidad organizacional (Preecea,Shawn yHayashi, 2013), esto lo logra a través del manejo de la complejidad que se encuentra inherente en el contexto (Azadeh et al., 2013:Sacilotto, 2010:Schwaninger y Ríos, 2008). El VSM se ilustra en la figura 1

Figura 1. El VSM



Fuente. Adaptado de [Hoverstadt, 2010](#)

El modelo está compuesto por cinco sistemas, estos son:

- Sistema 1 El sistema uno se representa a través de un contexto (imagen en forma de célula) una operación (círculos pequeños) y la administración correspondiente a dicha operación (rectángulo vertical). Estas operaciones representan el corazón de la empresa, su razón de ser.
- Sistema 2. El sistema dos se encarga de dar armonía a las múltiples operaciones que dan forma al sistema.
- Sistema 3 y 3* El sistema tres se encarga de la operación diaria del sistema, el sistema 3* tiene como principal objetivo auditar las operaciones del sistema, generando a través de dicha actividad flujos de retroalimentación para el sistema 3.
- Sistema 4. El sistema cuatro tiene como principal objetivo generar escenarios dialécticos entre el presente y futuro organizacional.

- Sistema 5. El sistema cinco se encarga de la administración estratégica de la organización, es decir establecer políticas, misión, visión y demás elementos que normen la conducta de la misma.

Oficina de Convenciones y Visitantes

El principal objetivo de estas organizaciones es promover y posicionar al destino que representan (Gartrell et al, 1991, Getz et al, 1998), en México su gestión puede ser pública, privada o una combinación de ambas y su operación usualmente es financiada a través de un fideicomiso, el cual recibe los ingresos captados de un gravamen al hospedaje (SECTUR, 2010).

Entre sus principales funciones se encuentra:

- Desarrollar una imagen que permita posicionar a la ciudad, en el segmento meta, como un destino atractivo para las reuniones y los visitantes.
- Coordinar la constitución de elementos de la industria y el sector público.
- Trabajar con los planeadores de reuniones y grupos.
- Representar tanto a los compradores como vendedores, puesto que es necesaria una organización autónoma que permita evitar los conflictos de intereses.
- Proveer información y responder a las inquietudes de los visitantes.
- Proveer liderazgo a la industria (Getz et al, 1998).

De igual manera:

- Apoya a determinar productos estrella y productos complementarios.
- Impulsa la atracción y cierre de eventos nacionales e internacionales: grupos, congresos, convenciones, ferias y expos (SECTUR, 2012).

OBJETIVO

El objetivo del presente proyecto de investigación es diagnosticar la viabilidad de la OCV MTY, lo cual se traduce en diagnosticar si a través de su desempeño está alcanzando su objetivo organizacional.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La OCV MTY tiene como principal objetivo “atraer más y nuevos eventos para así generar derrama económica y riqueza”, no obstante no está logrando dicho objetivo, ¿Por qué no está cumpliendo su objetivo organizacional?

METODOLOGÍA

La metodología que ha seguido el presente proyecto consta de cuatro pasos:

1. Identificar un todo contenedor (sistema) del cual el objeto por explicar es una parte.
2. Explicar el comportamiento o propiedades del todo contenedor.
3. Explicar entonces el comportamiento o las propiedades del objeto por explicar en términos de su(s) papel(es) o función(es) dentro de su todo contenedor.
4. Una vez delimitado el sistema bajo estudio se procederá a organizar dichos elementos en función del VSM, este proceso permitirá diagnosticar la viabilidad de la organización.

RESULTADOS

El todo contenedor sus propiedades y comportamiento.

La misión y visión de la OCV son:

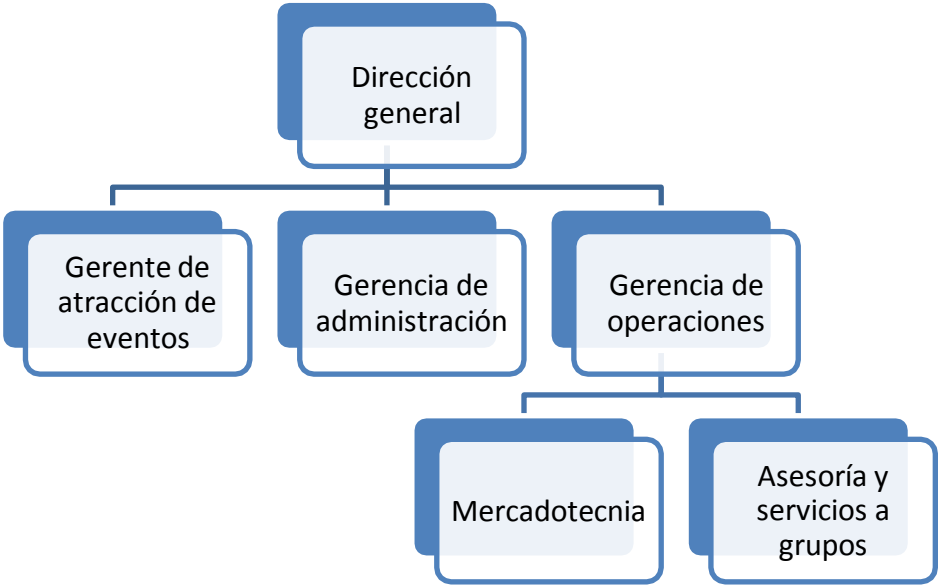
Misión

Trabajar en la implementación de estrategias y acciones que atraigan más y nuevos eventos para la generación de derrama económica y riqueza, y que incrementen la asistencia promedio de los turistas, alargando su estadía y aumentando su gasto (OCV MTY, 2012).

Visión

Ser la principal plataforma para la promoción y posicionamiento del destino, incrementando la atracción de eventos, desarrollando las acciones en empatía con las instancias dedicadas a la actividad turística. El enfoque a resultados, crecimiento económico y liderazgo, nos dará la capacidad de generar sinergias, logrando la credibilidad, respeto y respaldo de la cadena productiva, teniendo un mayor impacto en el mercado nacional e internacional (OCV MTY, 2012). La estructura organizacional de la OCV se ilustra en la figura 2.

Figura 2. Esquema organizacional de la OCV Monterrey



Fuente: OCV MTY, 2012

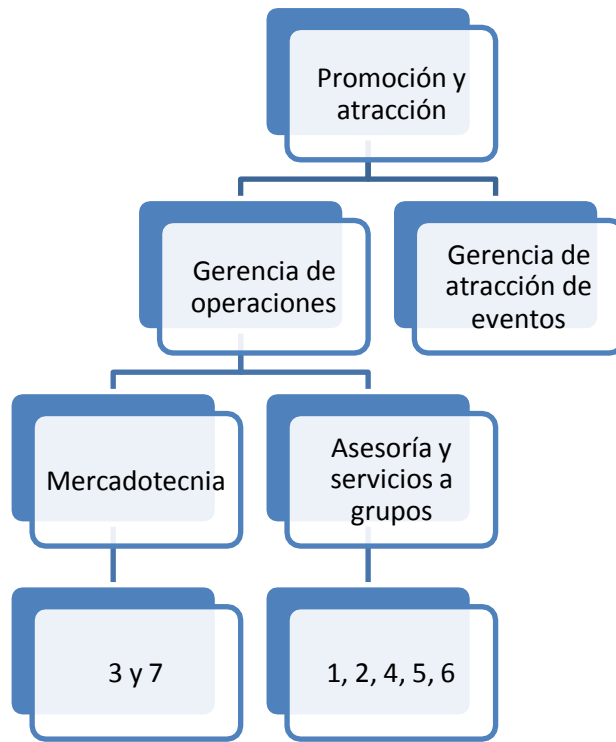
Las operaciones que la organización realiza para alcanzar su misión y visión son las siguientes:

1. Cartas oficiales de apoyo.
2. Viaje de Familiarización (FAM).
3. Estrategias de promoción para la candidatura de Monterrey.
4. Asesoría en la organización del evento.
5. Asesoría en la elaboración del programa de acompañantes.
6. Enlace con los prestadores de servicios.
7. Herramientas de promoción y publicidad para la difusión del evento.

De las funciones anteriormente mencionadas la número 1, 2, 4, 5, 6 corresponden al apartado Asesoría y servicios a grupos mientras que la 3 y 7 a la función de mercadotecnia.

En función de los elementos previamente mencionados podemos inferir que la organización tiene como objetivo general la promoción y atracción, para alcanzar dicho objetivos se vale de dos departamentos que son Gerencia de atracción de eventos y de operaciones, esta última depende de dos sistemas llamados Mercadotecnia y Asesoría y servicios a grupos, dicha recursividad, elemento base para modelar la organización según el VSM y así poder diagnosticarla, se ilustra en la figura 3.

Figura 3. Recursividad de la OCV MTY



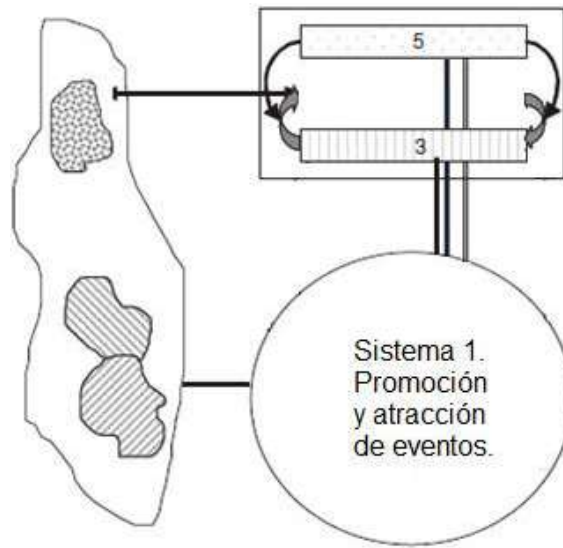
Fuente: Elaboración propia

La OCV expresada a través del VSM

Una vez desentrañados los niveles de recursividad a los que se encuentra sujeto la OCV MTY podemos proceder a expresarla dentro del VSM.

El primer nivel de recursividad de la OCV se ilustra en la figura 4.

Figura 4. Primer nivel de recursividad de la OCV

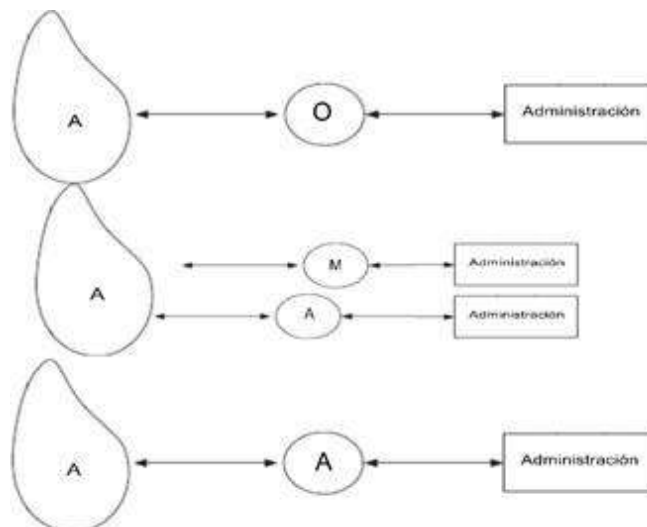


Fuente: Elaboración propia

En este nivel de recursividad el elemento primordial que atenta contra la viabilidad del sistema es la falta de un sistema 4 que permita vislumbrar las tendencias del mercado al que se desea llegar.

El segundo y tercer nivel de recursividad de la organización se presenta en la figura 5, la cual se ilustra continuación.

Figura 5. Segundo nivel de recursividad.



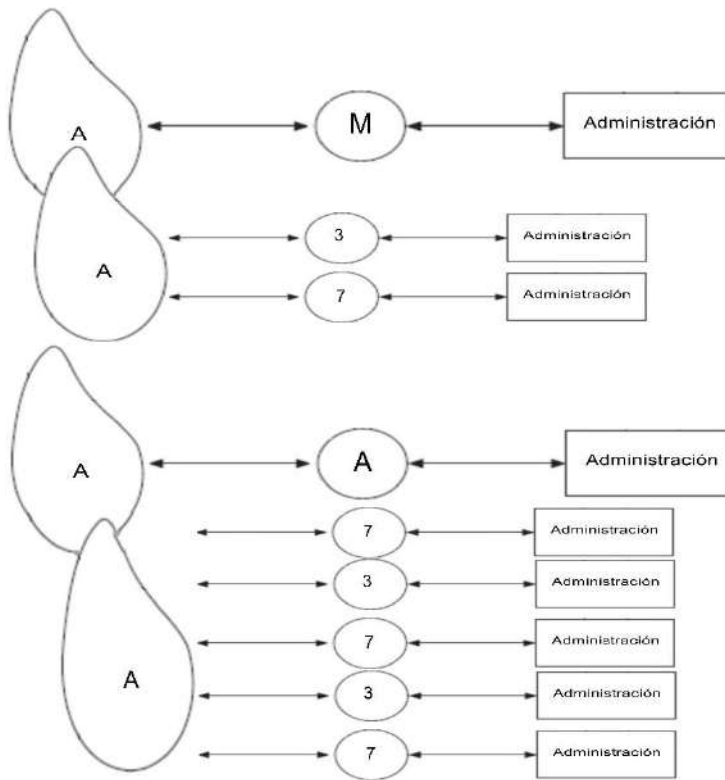
Fuente. Elaboración propia

En este nivel de recursividad se pueden plantear dos escenarios hipotéticos, ambos denotan inviabilidad en la organización.

En el primer escenario asumimos que la organización logra sus objetivos organizacionales a través del sistema marcado con una letra “O”(operación) entonces cual es la necesidad de tener un sistema “A” (atracción) que solo está consumiendo recursos que pueden ser destinados a otras áreas de la organización que realmente lo necesitan.

En el segundo escenario asumimos que ambos sistemas son fundamentales para el logro del objetivo organizacional, no obstante el sistema “A” no presenta ni un solo sistema que le permita alcanzar su objetivo organizacional. Sistemas como diseño de productos turísticos y de mercadotecnia pueden permitir ael meta sistema alcanzar su objetivo organizacional.

El último nivel de recursividad de la OCV se ilustra en la figura 6.



Fuente: Elaboración propia

En el supuesto de que todas las operaciones enumeradas en la figura 6 (e indicadas previamente en la figura 3) realmente sumaran a la obtención de los objetivos de cada sistema en el que están contenidas, los principales problemas que presenta este sistema se reducirían a una falta de los sistemas que se encargan de la armonía de las operaciones (sistema 2), auditoría (sistema 3) y visión a futuro (sistema 4). Las faltas previamente mencionadas no son privativas de este nivel de recursividad, son más bien una constante en cada nivel.

DISCUSIÓN

Queda en el aire la pregunta ¿Es la OCV MTY una OCV en el sentido de la acepción institucional? Probablemente busque serlo, pero al menos 50% del diseño de la institución no apunta a ello, esto condena a la organización a un estado de inviabilidad.

CONCLUSIONES

En función de los resultados que arrojó el diagnóstico de la OCV MTY podemos concluir que la organización no es viable. Existe una falta sistemática de sistemas en los distintos niveles de recursividad que presenta la organización. La falta de dichos sistemas permite la ejecución de funciones como “elaboración de herramientas de promoción y publicidad para la difusión del evento” (elemento que no corresponde a las actividades de una OCV), así como la falta de un sistema que permita determinar productos estrella y productos complementarios.

FUENTES DE CONSULTA

Ackoff, R. (1999). *Ackoff's best: his classic writings on management*. New York: Wiley.

Azadeh, A., Darivandi, K., & Fathi, E. (2012). Diagnosing, Simulating and Improving Business Process Using Cybernetic Laws and the Viable System Model: The Case of a Purchasing Process, 86(June 2011), 66–86. doi:10.1002/sres

Beer, S. (1972). *Brain of the firm: a development in management cybernetics*. New York: Wiley.

Beer, S. (1995a). *Diagnosing the System for Organizations* (p. 178). New York: Wiley.

Beer, S. (1995b). *The Heart of Enterprise* (p. 596). New York: Wiley.

Bertalanffy, L. (1968). *General System Theory: Foundations, Development, Applications*. New York: George Braziller.

Checkland, P. B., & Scholes, J. (1990). *Soft systems methodology in action*. London: John Wiley & Sons.

Donaires, O. S. (2006). A Critical Heuristic Approach to the Establishment of a Software Development Process. *Systemic Practice and Action Research*. doi:10.1007/s11213-006-9033-5

Gartrell, R. B. (1991). Strategic partnerships for convention planning: the role of convention and visitor bureaus in convention management. *International Journal of Hospitality Management*. doi:10.1016/0278-4319(91)90038-J

Getz, D., Anderson, D., & Sheehan, L. (1998). Roles, issues, and strategies for convention and visitors' bureaux in destination planning and product development: a survey of Canadian bureaux. *Tourism Management*.doi:10.1016/S0261-5177(98)00035-1

vanGigch, J. (1991). *System Design Modeling and Metamodeling* (p. 453). New York: Springer.

Hoverstadt, P. (2010). The viable system model. In *Systems Approaches to Managing Change: A Practical Guide* (pp. 87–133). doi:10.1007/978-1-84882-809-4_3

International Congress and Convention Association. (2012). *International Association Meetings Market Statistics Report 2002-2011*. Retrieved from file:///C:/Users/Octavio/Downloads/ICCAStats2002-2011_non-member.pdf

Johansen, O. (2004). *Introducción a la Teoría General de Sistemas*. México: Limusa.

Maturana, H., & Varela, F. (2006). *De máquinas y seres vivos: autopoiesis: la organización de lo vivo* (p. 134). Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

OCV Monterrey. (2012). OCV Monterrey. Retrieved from <http://www.ocvmtty.com/OCV-Mty.php>

Pérez, T.,R., (2012). ¿Existe el método científico?. Fondo de cultura económica, México

Preece, G., Shaw, D., &Hayashi, H. (2013). Using the Viable System Model (VSM) to structure information processing complexity in disaster response.*European Journal of Operational Research*, 224(1), 209–218. doi:10.1016/j.ejor.2012.06.032

Prigogine, I. (1983). *¿Tan sólo una ilusión?: Una exploración del caos al orden*. Madrid: Tusquets.

Schwaninger, M. (2008). System dynamics and cybernetics: a synergetic pair. *System Dynamics Review*, 24, 145–174. doi:10.1002/sdr

Secretaria de Turismo. (2002). *Estudio estratégico de viabilidad. Segmento congresos y convenciones*. México.

Secretaria de Turismo. (2012). Oficinas de Convenciones y Visitantes, y Organismos Similares. Retrieved June 08, 2014, from http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Oficinas_de_Convenciones_y_Visitantes_OCVs

El cuadro de mando integral (cmi): una herramienta metodológica para la evaluación del programa “pueblos mágicos”. (2012-2015)

TRO. CARLOS LLACA CASTELÁN

JULIO DEL 2014.

RESUMEN

Las actividades económicas, políticas y sociales de todo el mundo en el Siglo XXI han evolucionado, por tal motivo surgen herramientas que coadyuvan al mejoramiento de cada una de ellas.

En la década de los 90 surge una herramienta llamada Cuadro de Mando Integral elaborada por R. Kaplan y D. Norton, la cual sirve de Sistema de Gestión para las empresas privada en su inicio y adaptándolas a las empresas públicas en una segunda etapa.

En el caso de los Destinos Turísticos el Cuadro de Mando Integral también se ha adaptado a las necesidades y perspectivas de los destinos resultando una herramienta útil para su gestión.

En el caso de México la Secretaria de Turismo tiene diferentes programas para segmentar los destinos y uno de estos programas Federales se denomina “Pueblos Mágicos” que deberán de tener entre otras cosas “MAGIA” en su entorno.

Para lograr este distintivo es necesario cubrir con ciertos lineamientos que llevaran a la entidad a obtener el nombramiento de “Pueblo Mágico” el cual después de un año tendrá que recertificarse cumpliendo con ciertos indicadores, mismos que podrán reflejarse en una herramienta denominada “Cuadro de Mando Integral”

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el ámbito competitivo ha evolucionado de tal forma que nuestros productos y/o servicios pueden ser consumidos por cualquier persona o empresa en el mundo. Desde las empresas manufactureras hasta las empresas de servicios han sido alcanzadas por la innovación y tecnología y en el caso del turismo ha sucedido lo mismo.

En la década de los 80's surge el Cuadro de Mando cuyos sus orígenes derivan del concepto denominado como "*tableau de bord*" en Francia, que traducido literal significa "tablero de mandos". Se refería a un documento donde se presentaban diversos ratios para el control financiero (Mora y Vivas, 2001). Con el paso del tiempo ha ido evolucionando hasta llegar a los que conocemos actualmente como Cuadro de Mando Integral (en adelante CMI) propuesto por primera vez por Robert Kaplan y David Norton el cual aborda las cuestiones de objetivos divergentes por las partes interesadas y la medición de la eficacia de los gerentes (Kaplan & Norton 1999).

El modelo de gestión estratégica del CMI permite una mejora en la información, tanto interna como externa, en el rendimiento y en la satisfacción de los clientes (Yetano 2001).

El CMI se caracteriza por incluir indicadores cuantitativos y cualitativos, así como por diferenciar entre medidas inductoras del rendimiento y medidas de resultados que se derivan de la estrategia de la empresa (García V., Mulero M. & Revuelta B., 2008).

En un principio el CMI se pensó para empresas privadas pero de igual forma se ha implementado en las empresas públicas y sin fines de lucro. En 1996, la migración del Cuadro de Mando Integral hacia los sectores sin fines de lucro y gubernamentales estaba en situación embrionaria. Pero se ha implantado con gran éxito en las empresas públicas como es el caso de un Hospital de la ciudad de Charlotte (Kaplan & Norton, pág. 2001).

Por lo anterior podemos comprobar que el modo de gestionar y de administrar una empresa también ha ido evolucionando, siendo la aplicación del CMI un ejemplo de ello.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El mundo empresarial actual está ávido de modelos gerenciales que le permitan no sólo ser más eficiente, sino enmarcarse a un desarrollo e interés por la construcción de una conciencia social, buscando una sociedad más justa y solidaria (Orjuela, 2011).

Bajo ese contexto el Programa de Pueblos Mágicos, desarrollado por la Secretaría de Turismo Federal de México SECTUR, en colaboración con diversas instancias gubernamentales, contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país, resaltando el valor turístico de los mismos; sin embargo, no ha habido una recertificación de los mismos en cuanto a la medición y el impacto de sus indicadores.

Un destino turístico que se que somete libre y voluntariamente para calificar como Pueblo Mágico debe realizar el proceso de evaluación con fines de obtener el nombramiento, otorgado por este caso por la SECTUR y que representa la oportunidad de contar con este nombramiento.

El proceso de evaluación que nos brinda la SECTUR, carece de indicadores fáciles de analizar por los destinos Turísticos es por ello que considerando el Cuadro de Mando Integral de Kaplan y Norton nos ayudara a tener una herramienta que permita ser un

modelo de medición para obtener el resultado y saber si están dando resultado (Ferrer M.Fuenmayor, 2010)

De tal modo la SECTUR ha logrado denominar más de 87 Pueblos Mágicos en México, resaltando que el Estado de Hidalgo cuenta con 4 de ellos, pero el seguimiento de la mejora continua de esos indicadores iniciales que tanto se ha dado seguimiento para mantener esos estándares de calidad y que ha mejorado en ámbitos sociales, económicos y ambientales de dichos Pueblos Mágicos que han sido declarados como tal. Por lo tanto, es necesario contar con un programa de recertificación donde se consideren parámetros cuantitativos y cualitativos en procesos y resultados, así como el alcance de sus objetivos, teniendo un alto grado de participación de todos los actores de la comunidad receptora como los mismos organismos involucrados.

OBJETIVO GENERAL

El **objetivo central** de este proyecto se encamina a:

Generar una propuesta metodológica que le permita al Municipio de Mineral del Chico Implementar la herramienta de Cuadro de Mando Integral para los destinos turísticos “Pueblos Mágicos”, con la finalidad de coadyuvar a lograr su recertificación al programa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Por su parte los **objetivos específicos** de este trabajo a realizar, son:

- ✓ Crear una serie de indicadores que permita alcanzar la recertificación como Pueblo Mágico.

- ✓ Identificar las áreas de oportunidad así como las fortalezas del Municipio de Mineral del Chico con el apoyo de la propuesta metodológica
- ✓ Promover el uso del Cuadro de Mando Integral en los destinos turísticos “Pueblos Mágicos

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo se realiza dada la necesidad de recertificar a los “Pueblos Mágicos” y a la falta de una herramienta metodológica que permita a los mismos lograr su recertificación, el Cuadro de Mando Integral de Kaplan y Norton se ha implementado a destinos turísticos con éxito como lo comenta Vila, Costa & Rovira (2010) en su trabajo realizado en; “La creación y el uso de los Cuadros de Mando de la planificación turística: un ejemplo español”. Podemos afirmar de nuestro análisis que el conjunto de seis perspectivas que proponemos para un equilibrado *scorecard*, específicamente para los destinos turísticos, **parece ser adecuada**. Además, algunas de las variables propuestas eran identificadas como críticos por los participantes de la encuesta.

Lo anterior conlleva a la adaptación del Cuadro de Mando Integral de Kaplan y Norton y con algunas adaptaciones al original para que pueda ser utilizado a los Destinos Turísticos. El programa de “Pueblos Mágicos” de la Secretaría de Turismo Federal de México define a un Pueblo Mágico como “una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio - culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico”.

Asimismo los lineamientos de los “Pueblos Mágicos” nos señalan que deberán de cumplir con los indicadores de evaluación de desempeño y de los criterios del Programa para lograr su recertificación.

Por tal motivo el presente trabajo pretende brindar a los “Pueblos Mágicos” una herramienta metodológica que les facilite el cumplimiento de los requisitos del programa “Pueblos Mágicos”.

PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN

De este modo, la pregunta general de este trabajo es:

¿Cuáles serán las ventajas de la implementación de la Herramienta denominada “Cuadro de Mando Integral para los Pueblos Mágicos en el caso de Mineral del Chico del Estado de Hidalgo?

PREGUNTAS COMPLEMENTARIAS

- ¿Ayudará la Herramienta denominada “Cuadro de Mando Integral” al Municipio de Mineral del Chico a lograr su recertificación?
- Después del análisis temporal de la herramienta al Municipio de Mineral del Chico ¿Incrementará la recepción del turismo en la localidad?

HIPOTESIS

Al hacer uso de la Herramienta denominada Cuadro de Mando Integral para los destinos turísticos “Pueblos Mágicos”, coadyuvará a lograr la recertificación al programa de la Secretaria de Turismo Federal.

DELIMITACIÓN DE LE ESPACIO TEMPORAL

La presente propuesta de investigación se realizará a través de un estudio de corte transversal, para lo cual se ha seleccionado el Municipio de Mineral del Chico ubicado en el Estado de Hidalgo el cual se encuentra ubicado a 18 kilómetros de la capital del Estado. El Municipio colinda al norte con Atotonilco el Grande, al este con Omitlán de Juárez, al sur Mineral del Monte, Pachuca y San Agustín Tlaxiaca, y al oeste con El Arenal, y Actopan.

El municipio cuenta con una superficie de 118.20 kilómetros cuadrados, lo que representa un 0.6% de la superficie total del Estado. El Municipio de Mineral del Chico en toda su extensión cuenta con un clima templado, con una temperatura media anual de 15° C y una precipitación pluvial anual de 1605 milímetros.

Dentro del Municipio de Mineral del Chico se encuentra el Parque Nacional el Chico (la primera área natural protegida en México y América Latina) y aunado al aire pueblerino que le brindan las calles de la cabecera municipal y su plaza central, sin contar sus tradiciones, lo que le valieron el título de Pueblo Mágico Mineral del Chico el 9 de agosto del 2011.

Mineral del Chico es además uno de los destinos preferidos para practicar actividades de aventura pues su paisaje se compone de escarpadas montañas atractivas para los amantes de la escalada en roca, además de ser ideal para conocerlo en bicicleta de montaña o bien, para pasar un día de campo. Además, no faltan sitios para el campismo y la observación de

fauna local ya que el Parque Nacional El Chico es depositario de una gran biodiversidad.

La presente investigación se llevara a cabo en el mes de Enero del año 2014, empezando con el “Estado del arte” hasta concluir con la presentación del borrador de la Tesis y las observaciones pertinentes de los Tutores en Diciembre del 2015,

Al término de la Investigación de campo se realizarán las conclusiones así como las respuestas a las preguntas de la investigación.

MARCOCONTEXTUAL

ANTECEDENTES DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL

En la actualidad el ámbito competitivo ha evolucionado de tal forma que nuestros productos y/o servicios pueden ser consumidos por cualquier persona o empresa en el mundo. Desde las empresas manufactureras hasta las empresas de servicios han sido alcanzadas por la innovación y tecnología y en el caso del turismo ha sucedido lo mismo.

Las reservas on line cada día son más comunes, por lo que las empresas hoteleras, de restauración o incluso de comida para llevar no pueden estar al margen, lo dicho, la forma de hacer las cosas ha cambiado, pero ¿las empresas y sus métodos de gestión han evolucionado de igual forma?

En la década de los 80's surge el Cuadro de Mando cuyos sus orígenes derivan del concepto denominado como tableau de bord en Francia, que traducido literal significa "tablero de mandos". Se refería a un documento donde se presentaban diversos ratios para el control financiero (Agostino & Arnaboldi, 2012).

Con el paso del tiempo ha ido evolucionando hasta llegar a los que conocemos actualmente como Cuadro de Mando Integral (en adelante CMI) propuesto por primera vez por Robert Kaplan y David Norton el cual aborda las cuestiones de objetivos divergentes por las partes interesadas y la medición de la eficacia de los gerentes (Kaplan & Norton 1999).

El modelo de gestión estratégica del CMI permite una mejora en la información, tanto

interna como externa, en el rendimiento y en la satisfacción de los clientes (Ferrer M.Fuenmayor, 2010).

El CMI se caracteriza por incluir indicadores cuantitativos y cualitativos, así como por diferenciar entre medidas inductoras del rendimiento y medidas de resultados que se derivan de la estrategia de la empresa (Castaño J. C., 2006).

En un principio el CMI se pensó para empresas privadas pero de igual forma se ha implementado en las empresas públicas y sin fines de lucro¹⁰. En 1996, la migración del Cuadro de Mando Integral hacia los sectores sin fines de lucro y gubernamentales estaba en situación embrionaria (Kaplan y Norton 2001).

Por lo anterior podemos comprobar que el modo de gestionar y de administrar una empresa también ha ido evolucionando, siendo la aplicación del CMI un ejemplo de ello.

Si nos centramos en el turismo, la esencia de este viene caracterizada por el movimiento de personas que se desplazan de sus lugares habituales de residencia a otros distintos por motivos distintos a los de trabajo o residencia, y cuya estancia en este lugar es superior a veinticuatro horas. Por tanto las implicaciones que este tipo de movimiento tiene sobre los espacios físicos de origen, tránsito y, especialmente, acogida o destino son indudables. Sus implicaciones en los cambios de morfología del territorio, el aprovechamiento de los recursos naturales y el impacto medioambiental han despertado el interés de numerosos investigadores (Vila, Costa, & Rovira, 2010) muchos de los cuales provienen del campo de

¹⁰ Deutshe Bank, Business Jet, Enron, Ericsson, British Airways.

la geografía y, especialmente en los últimos años, en el ámbito de la planificación territorial.

Por lo que se refiere al concepto destino turístico, tampoco es sencillo encontrar una definición unánimemente aceptada, tanto por la doctrina como por los gestores públicos y privados de la industriaturística. De hecho, no fue hasta diciembre de 2002, cuando en el seno del Consejo de Educación de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se logró congregarse a un grupo de expertos internacionales, representantes de las más prestigiosas universidades del mundo especializadas en turismo, de gobiernos y de entidades privadas, para elaborar una definición de lo que debiera ser considerado como destino turístico. Definición que, a fecha de hoy, sigue sin ser unánimemente aceptada ni por los especialistas e investigadores ni por los gobiernos, ni por las empresas privadas.

Agostino & Arnaboldi (2012) definen los destinos turísticos como “la suma de los distintos productos turísticos ofrecidos por una determinada región geográfica delimitada, que al mismo tiempo se complementan y compiten entre sí. Los bienes y servicios, los recursos, y las infraestructuras y equipamientos, generalmente, son compartidos por los distintos productos turísticos de un mismo destino. Para que un destino pueda ser considerado como tal y no simplemente como la suma de productos aislados es fundamental una gestión y una imagen de marca conjunta de dicho destino”.

Aunado a lo anterior podremos incluir el tema de la sostenibilidad o sustentabilidad también llamado así en Latinoamérica y que en la década de los ochenta llevó a la ONU a crear la “comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo”, encargándole la

realización de un informe sobre la situación del medio ambiente mundial.

Este informe llamado “Informe Brundtland” en honor a su promotora, definió por primera vez el término “Desarrollo sostenible” como aquél que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Todo ello conlleva a que los destinos turísticos además de satisfacer las necesidades de los turistas, deben también satisfacer las necesidades de la población local presente y futura.

Por tanto, la evolución del turismo en los países es sin duda una creciente constante en la innovación y desarrollo de los destinos turísticos, la creación de modelos de gestión y de marcasturísticas son hoy en día un proceso de la misma evolución. Así será el de realizar un análisis de los destinos turísticos de México y de cómo la marca “Pueblos Mágicos” ha ido creciendo y evolucionando. Para ello tomaremos como referencia la propuesta de implementación del CMI al caso de Pueblos Mágicos.

El presente trabajo pretende implementar el Cuadro de Mando Integral con los Indicadores de evaluación de Desempeño que propone la Secretaría de Turismo Federal, de tal modo que les sirva como herramienta de gestión y facilite así la revisión de los indicadores.

DESTINOSTURÍSTICOS

No disponemos de una definición única y de aceptación general del concepto de producto turístico. En general, se distinguen tres enfoques distintos:

1) Un primer enfoque, según el cual el producto turístico está orientado al consumo de la demanda turística.

2) Un segundo enfoque centrado en el proceso de producción turística, que considera que el único producto susceptible de identificarse como turístico es el programa de desplazamiento de ida y vuelta que se propone llevar a cabo un turista, ya sea elaborado por el propio turista (autoconsumo) o confeccionado por un agente profesional (generalmente, una agencia de viajes) como un paquete turístico convencional.

3) El tercer enfoque concibe la oferta turística como un producto global: un conjunto interrelacionado de bienes y servicios turísticos que determinan la satisfacción de la experiencia turística del viajero. Los componentes del producto global incluyen la existencia de recursos y atractivos de diverso tipo que motivan los flujos turísticos hacia un destino determinado, diferentes servicios públicos y privados con una orientación turística variable (hospitales, hoteles, restaurantes, etc.), bienes públicos como las playas e incluso intangibles, del estilo de la actitud de la población local hacia los turistas o los estilos de vida de la población local. A lo anterior deberíamos añadir la satisfacción del turista, que dependerá en buena medida de sus expectativas y de su percepción de los diferentes componentes del producto.

El último enfoque coincide con el de la Organización Mundial de Turismo por sus siglas OMT (1994), que concibe el destino turístico como un producto que consta de diversos componentes, en la línea del concepto de producto turístico global.

Con esta conceptualización de destino turístico, la creación y desarrollo de productos puede verse como un proceso de ensamblaje e integración tanto del producto turístico global, como de combinaciones específicas de elementos del lugar de destino y que llegan a

generar productos específicos. Estos estarán orientados a segmentos de mercado determinados como el turismo de salud o el de aventura.

El lugar o territorio se convierte en espacio de producción y de consumo. Esto marca una diferencia importante con otros sectores económicos y debe constituir elemento de reflexión para entender la importancia de la ordenación de la actividad, su planificación y su gestión.

PUEBLOSMÁGICOS

El programa de “Pueblos Mágicos” de la Secretaría de Turismo Federal de México define a un Pueblo Mágico como “una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio - culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico”.

Los puntos a considerar en el expediente que marca la Secretaría de Turismo (SECTUR) para considerar a un Pueblo Mágico son los siguientes:

1. Implicación de la Sociedad y de las Autoridades Locales.

1.1 Compromiso con la sociedad local.

1.2 Compromiso de las autoridades estatales y municipales.

2. Instrumentos de Planeación y Regulación.

2.1 Planes de Desarrollo Estatal y Municipal.

2.2 Programa de desarrollo turístico municipal.

2.3 Reglamento de imagen urbana y plan de manejo en función del Programa Pueblos Mágicos.

2.4 Programa de reordenamiento del comercio semifijo y/o ambulante.

3. Impulso al Desarrollo Municipal.

3.1 Programas diversos de apoyo al desarrollo municipal.

3.2 Continuación y consolidación de programas y/o acciones de desarrollo turístico.

4. Oferta de Atractivos y Servicios.

4.1 Contar con un atractivo turístico simbólico.

4.2 Contar con atractivos turísticos diferenciados.

4.3 Servicios turísticos que garanticen su potencial comercialización.

4.4 Servicios de asistencia y seguridad.

5. Valor Singular “La Magia de la Localidad”.

5.1 Sustentar una tesis sobre la magia de la localidad.

5.2 Declaratoria de “Zona de Monumentos Históricos”.

5.3 Acciones de conservación del patrimonio tangible e intangible.

6. Condiciones y Espacios Territoriales.

6.1 Accesibilidad terrestre.

6.2 Posibilidad para la comercialización turística.

6.3 Producto turístico.

7. Impacto del Turismo en la Localidad y Área de Influencia.

7.1 Sistema de información turística estatal.

7.2 Valoración del impacto turístico a nivel regional y/o municipal.

8. Desarrollo de Capacidades Locales.

8.1 Taller de inducción Programa Pueblos Mágicos.

8.2 Taller de planeación y gestión del turismo cultural.

Al concluir con la integración del expediente el destino envía la documentación validada por las autoridades locales con la finalidad de que la Dirección General de Programas Regionales de la Secretaría de Turismo evalúe y otorgue la pre-factibilidad de incorporarla como Pueblo Mágico.

Después de obtener el nombramiento, a localidad deberá consolidarse como destino turístico y de esta forma “la localidad aplicará los indicadores contenidos en el Manual de Indicadores del Programa Pueblos Mágicos, para obtener información sobre su desempeño como destino turístico” Sin embargo, una vez que se le otorgue el nombramiento, deberá de aplicar obligatoriamente estos indicadores durante los primeros tres meses para poder contar con un año base y poder realizar su re-certificación en los tiempos establecidos por esta Dependencia.

Los Indicadores de Evaluación de Desempeño, se agrupan de acuerdo a la siguiente tabla:

Institucional y Gobierno	Patrimonio y Sustentabilidad	Económico y social	Turismo
<ul style="list-style-type: none"> •Implicación con la sociedad •Seguridad en el destino •Fomento de nuevas empresas •Desarrollo cultural e histórico •Planificación del desarrollo turístico 	<ul style="list-style-type: none"> •Integridad y autenticidad del patrimonio •Sustentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> •Eficiencia en la coordinación institucional •Inversión pública generada a partir del programa •Impacto económico del desarrollo turístico 	<ul style="list-style-type: none"> •Oferta de atractivos turísticos •Promoción turística

Fuente: Reglas de operación Pueblos MágicoS

PUEBLOS MÁGICOS EN EL ESTADO DE HIDALGO

HUASCA DE OCAMPO

Haremos referencia a Huasca de Ocampo, como el primer Pueblo Mágico denominado en el estado de Hidalgo, y que en ese mismo año sólo hubo otros dos, Real de Catorce, en San Luis Potosí, y Mexcaltitlán, en Nayarit, el cuál fue expulsado en 2009, por no cumplir con las observaciones hechas por el Comité Técnico de dicho Programa.

Se localiza en la zona montañosa, en el eje Neovolcánico en un 70% de su territorio está formado por llanuras y en menor proporción por sierra (Sierra Madre Oriental) en las coordenadas de 20° 12' 10" de latitud norte; a 98° 35' 55" de longitud oeste del meridiano de Greenwich, con una altitud de 2,100 msnm.

Huasca de Ocampo fue fundada entre los años 1760 y 1780, su nombre deriva del náhuatl Huascazaloyan, que por apocope se dice "Huasca", que significa "Lugar de pájaros, agua, vegetación y alegría", adoptando el "de Ocampo" en honor de Melchor Ocampo, quien, vivió en este lugar una corta temporada, a principios de la segunda mitad del siglo XIX.

Es una antigua población de origen prehispánico, cuya fama se acrecentó en el siglo XVIII, a raíz de haberse instalado aquí las haciendas de beneficio de San Miguel, Santa María y San Antonio, construidas por Pedro Romero de Terreros, Primer Conde de Regla.

MINERAL DEL MONTE

Mineral del Monte es un pueblo con todo el corte inglés, asentado a 2,760 sobre el nivel del mar. Las empresas mineras británicas que llegaron a explotar en el siglo XVII la riqueza del subsuelo construyeron aquí un pedazo del sur de Inglaterra. Bellos callejones con edificios lujosos cubiertos con techumbre de lámina rojo hacen que este pueblo tenga la magia de

transportarnos a otros tiempos. Hasta el paisaje de neblina cotidiana parece en Real del Monte la escenografía favorita de los productores de cine y televisión. Este pueblo mágico es para recorrerlo a pie, visitar sus museos, tiendas de otra época, calles, iglesias y entrar a una cantina clásica para disfrutar del paste, platillo heredado por los Ingleses. O si lo desea sólo puede dar un paseo y encontrarse con una naturaleza cautivadora como el bosque del Hiloche o el paraje de Peñas Cargadas.

MINERAL DEL CHICO

Mineral el Chico, hermoso pueblo de Hidalgo donde el color y las texturas son el deleite para los lentes más exigentes y los turistas más incrédulos. Lugar donde los visitantes simplemente se enamoran. Ahí se encuentra el Parque Nacional del Chico, por lo que su atractivo no sólo reside en el pintoresco del pueblo, sino también en la inigualable belleza de sus alrededores y las actividades que se pueden desarrollar. El turismo de aventura encuentra en Mineral el Chico un santuario para la escalada en roca, el rappel, las caminatas por el bosque, el ciclismo de montaña e incluso la pesca.

HUICHAPAN

La importancia de Huascaloya, se advierte hasta el siglo XVIII, y su existencia puede destacarse en los primeros años del virreinato. El documento más ilustrativo sobre la población, está fechado en el año de 1591, en donde se hace alusión a su importancia como República de Indios teniendo como sujetos a diversos poblados, entre ellos los de San Sebastián y San Bartolomé a los que se hace referencia en el expediente.

Todo parece indicar que Diego de Paz, primer encomendero de Atotonilco el Grande, extendió sus dominios hacia las zonas de Acatlán y Huascalzaloja hacia 1558. A lo largo del siglo XVII, la extensa encomienda se fue fraccionando, al dar paso a un nuevo sistema de trabajo agrícola; la hacienda que optimizó las tierras cultivables, bajo una organización diferente a la practicada en la centuria anterior, de modo que Huasca continuó bajo el régimen autónomo de la República de Indios.

El periodo inicial del siglo XIX, es el comienzo de la decadencia del Imperio de Regla que desde la muerte del Conde en 1781, se vino abajo por falta de una adecuada administración. Para 1810, las minas de Pachuca y Real del Monte habían disminuido su producción en casi un ochenta por ciento, de modo que, casi de las tres cuartas partes de las extensas propiedades incluidas en el mayorazgo, se rentaran en grandes bloques y bajo una gran variedad de arreglos. Las haciendas que trabajaba directamente la familia mediante un administrador o mayordomo, se dedicaban principalmente a la crianza de ganado. Las cosechas que crecían en estas haciendas eran producidas por los arrendatarios, sin que la familia hubiera invertido ni siquiera en implementos de trabajo. Las propiedades se encontraban en malas condiciones; las casas necesitaban reparación, los techos se habían derrumbado y los almacenes se encontraban en ruinas.

La vida económica y social de Huascalzaloja se transformó a raíz de estos acontecimientos, que de una u otra manera depauperaron a la comarca, provocando las inmigraciones masivas y frecuentes pleitos por posesión de tierras.

La necesidad de construir haciendas para el beneficio de la plata, a partir de la bonanza de la Veta de Vizcaína, declarada en los primeros años de la segunda mitad del siglo XVIII, obligó a su propietario Don Pedro de Romero de Terreros a buscar un sitio para su edificación, ya que la sinuosidad de Real del Monte era un obstáculo insalvable en razón de

requerirse extensiones planas para practicar el llamado sistema de patio, inventado por Bartolomé en Pachuca en el año de 1555.

Romero de Terreros, comerciante convertido en minero, quien alcanzaría el título de Conde de Regla, decidió llevar al cabo el proyecto en la vecina población de Hascazaloya, donde además de contar con los terrenos aptos, se gozaba de clima y paisaje inigualables, de modo que entre 1760 y 1762, construye las haciendas de Santa María, San Francisco Javier, San Miguel y San Antonio todas de Regla, con lo que se propicia el gran desarrollo de la región ya que dio ocupación a cientos de trabajadores en primer término para construirlas y enseguida para operarlas en toda su capacidad.

PLAN METODOLÓGICO

Alcance de la Investigación.

Para la Investigación “El Cuadro de Mando Integral (CMI): una herramienta metodológica para la evaluación del programa “pueblos mágicos (2012-2015)”, el alcance que se pretende tener por su finalidad será de tipo básica Fundamental, ya que el estudio pretende incrementar el conocimiento científico, mediante una herramienta que permitirá ayudar a recertificarse a los denominados “Pueblos Mágicos”, la cual se llevará en un periodo de tiempo del año 2012 al 2015, siendo esta por su profundidad de tipo teórico debido a la información y lineamientos que ayude a la recertificación motivo por el cual y con respecto a su profundidad será de tipo cualitativa ya que se centra en los aspectos descriptivos y promoverá la generación del conocimiento logrando así el nombramiento que otorga la Secretaria de Turismo Federal a los Pueblos Mágicos existentes.

Variable	Tipo de Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional
----------	------------------	--------------------------	---------------------------

Diseño de la Investigación.

Para la Investigación “El Cuadro de Mando Integral (CMI): una herramienta metodológica para la evaluación del programa “pueblos mágicos (2012-2015)”, se realizará mediante el diseño de la Investigación de tipo Cuantitativo, con un diseño experimental basado en un grupo experimental “Pueblo Mágico” el cual se llevará a cabo en un periodo de tiempo siendo de este modo transversal, por lo que se pretende proporcionar una herramienta adaptada al Cuadro de Mando Integral de Kaplan y Norton (1990), y que alineada con los indicadores de medición de la Secretaría de Turismo Federal contribuirá a los “Pueblos Mágicos” que implementen la herramienta propuesta a lograr su recertificarse mediante el uso de la metodología aquí propuesta en una primera fase, continuando con una investigación de tipo Cualitativo, que permitirá conocer los objetivos estratégicos del programa.

Variables.

En el presente trabajo se consideraran dos tipos de variables; dependientes e independientes como se muestran a continuación.

Involucramiento con la sociedad	Dependiente	Se refiere a que tanto la sociedad en su conjunto se relaciona con el ámbito turístico de la ciudad donde vive	Grupo focal
Integridad y autenticidad del patrimonio	Independiente	Esta variable está vinculada con el patrimonio turístico existente en el Destino turístico, tanto tangible como intangible y la legitimidad del mismo	Inventario
Sustentabilidad	Independiente	Se refiere a la calidad de poderse mantener por sí mismo, sin ayuda exterior y sin agotar los recursos disponibles.	Carta de adhesión al programa Agenda 21
Eficiencia en la coordinación institucional	Dependiente	Esta variable se relaciona con la unión y coherencia entre los distintos gobiernos participantes (Federal, Estatal y Municipal).	Grupo Focal

Inversión pública generada a partir del programa	Independiente	Describe el monto de ingresos generados a partir del programa “Pueblos Mágicos”	Encuestas y entrevistas
Impacto económico del desarrollo turístico	Independiente	Esta variable medirá el crecimiento del destino Turístico a comparación de años anteriores	Encuestas y entrevistas
Oferta de atractivos turísticos	Independiente	Considera los distintos atractivos turísticos del Destino así como su promoción	Observación y entrevista
Promoción turística	Independiente	Conlleva las campañas publicitarias que se realizarían de los atractivos turísticos del Destino	Grupo focal

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.

Tabla de Fundamentación

CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMES
Involucramiento con la sociedad	Calidad de vida de los residentes	Nivel de huella Ecológica.	Nivel de huella Ecológica
		Seguridad en el destino	<ul style="list-style-type: none"> • Homicidios • Robo a transeúntes • Robo de autos • Robo comercio
	Fomento de nuevas empresas	Nuevas empresas en el municipio	Licencias de funcionamiento
		Nuevos empleos formales generados	Número de Altas ante el IMSS
Promoción Turística	Campaña de promoción turística del Destino	Material promocional	<ul style="list-style-type: none"> • Número de Trípticos elaborados • Número de mapas elaborados • Número de posters elaborados
		Campaña publicitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Spots de radio • Spots de televisión • Espacios publicitarios

			alquilados
	Visitantes y Turistas en el Destino	Turistas en el D.T.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de turistas • % de ocupación hotelera
		Visitantes en el D.T.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de visitantes • Número de visitantes a museos • Número de comensales

FORMATO PARA LA TABLA DE CODIFICACIÓN DE INSTRUMENTOS

Ítems	Codificación	Nivel de Medición
Visitantes y Turistas en el Destino		
¿Cuántos turistas se recibieron en el D.T. el año pasado?	# turistas Entre 1000 y 10,000	Razón
¿% de ocupación hotelera del año pasado del D.T.?	1) 0-20% 2) 21-40 % 3) 41-60 %	Ordinal

	4) 61-80 % 5) 81-100%	
¿Cuántos visitantes se tuvieron en el D.T. el año pasado?	# visitantes Entre 1000 y 10,000	Razón
¿Cuántos visitantes se tuvieron en los diferentes museos del D.T. el año pasado?	# visitantes al museo Entre 1000 y 10,000	Razón
¿Cuántos comensales se recibieron en los diferentes restaurantes del D.T. el año pasado?	# comensales a los restaurantes Entre 1000 y 10,000	Razón

PROCEDIMIENTOS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS

El procedimiento para el análisis debe de responder a la comprobación de la hipótesis según se desglosa:

HIPOTESIS	ANALISIS
Al hacer uso de la Herramienta denominada Cuadro de Mando Integral para los destinos turísticos “Pueblos Mágicos”, coadyuvara a lograr la recertificación al programa de la	Para la comprobación de la hipótesis el nivel de medición que se realizará será de tipo racional y ordinal, lo que ayudará a codificar nuestros

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE
INVESTIGACIÓN**

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por _____, de la Universidad _____.

La meta de este estudio es _____

_____.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente _____ minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un

número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los archivos con las grabaciones se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por_____. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es _____

_____.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente_____minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin

que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a _____ al teléfono _____.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a _____ al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

TAMAÑO DE LA MUESTRA

La muestra que pretendemos hacer será de tipo aleatorio simple y dirigida ya que buscamos diferentes puntos de vista, de igual forma no conocemos nuestro universo con exactitud ya que está conformado por residentes, turistas y visitantes y este dato puede variar de la temporada vacacional, o del día de la semana.

RECURSOS

Recursos materiales: Para la presente investigación se necesitaran los programas de Word y Excel para el procesamiento de datos, así como equipo de cómputo y papelería diversa.

Para el traslado al Destino Turístico se necesitara automóvil.

Recursos humanos: Se utilizarán dos entrevistadores mismos que ayudarán a la captura de la información obtenida.

Recursos financieros: Para el desarrollo de este proyecto de investigación se Contará con una inversión monetaria de un aproximado de \$10, 000.00 pesos, considerado los viáticos de las dos personas así como la papelería necesaria para las encuestas y gastos fijos de una oficina durante un mes.

CRONOGRAMA

TIEMPO	2014				2015				2016			
	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC
ACTIVIDADES												
Estado del arte (Gestión empresarial, revistas actuales CMI, Destinos Turísticos)												
Redacción de Marco contextual y Teórico												
Diseño de instrumento de investigación (Pueblo Mágico Piloto).												
Redacción de tesis												
Aplicación de instrumento												
Realización de encuestas y entrevistas												
Sistematización de información												
Redacción de tesis												
Conclusiones												
Presentación de borrador de tesis												
Observación de asesores												
Metas a corto plazo	Se tiene proyectado que al final del año 2014 se tenga concluida la revisión documental de la información requerida, así como tener ya el instrumento de investigación el Marco teórico y el Marco Contextual											
Metas a mediano plazo	Para el año 2015 se empezará con la redacción de la tesis, así como la realización y aplicación de encuestas y entrevistas lo que ayudara a la sistematización de la información de la herramienta.											
Metas a largo plazo	En el ultimo año de la investigación se tiene contemplado enviar el borrador de la tesis a los tutores para sus observaciones y comentarios.											

CONCLUSIONES

El turismo como las diferentes actividades productivas ha cambiado su forma de gestionar su funcionamiento y el caso de los Destinos Turísticos de igual forma a evolucionado.

El programa “Pueblos Mágicos” sirve a los Destinos Turísticos para incrementar el turismo así como la actividad económica en la comunidad receptora y este se ha convertido en uno de los programas Federales con mayor impacto, por tal motivo día a día surgen más propuestas para incluir a otros Destinos Turísticos al programa.

Sin embargo y después de la investigación realizada al Municipio de Mineral del Chico nos percatamos de la necesidad de crear herramienta que ayude al Municipio a lograr su recertificación.

El presente estudio dotara de una herramienta metodológica que se implementará en el Municipio de Mineral del Chico, el periodo comprendido de la implementación concluirá en Diciembre del 2015. Al término de la implementación y tras los resultados alcanzados y cumplimiento de metas realizadas se concluirá estudio brindando así los indicadores necesarios para la recertificación del programa Federal “Pueblos Mágicos”.

Una propuesta final y dada la conclusión de la herramienta seremos capaces de saber si la herramienta realmente contribuye o no al programa y si recomendaríamos la herramienta para la aplicación a los “Pueblos Mágicos” interesados.

LISTA DE REFERENCIAS

- Agostino, D., & Arnaboldi. (2012). *Design issues in Balance Scorecard*. Inglaterra: Management Journal.
- Albert Diaz, M. E., & Hernandez Torres, M. (2004). El Cuadro de Mando Integral para la implementación y el control estratégico. *Experiencias.. Ingeniería mecánica*, 59-63.
- Barra, C., & Torres Moraga, E. (2011). Lista de Confianza del Visitante sobre la Lealtad al Destino Turístico. . *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 159-174.
- Bourne, M., & Pippa, B. (2004). *Cuadro de mando integral en una semana*. Barcelona: Gestión 2000.
- C, N. J. (2012). Cómo vincular CRM y estrategia. Pasos para implantar el cuadro de mando integral del CRM. Estrategia financiera. *Formación Gerencial*, 46, 50.
- Castaño Ramírez, A. (2011). Planeación estratégica en la Pyme de Bogotá. *Orientación al futuro y evasión de la incertidumbre. Contaduría y Administración*, 147-173.
- Chumacero Botet, I. (2011). . Sistema de Calidad Total. Metodología y ejemplo de aplicación a Empresas de Diseño. *Revista de Arquitectura e Ingeniería*.
- Damelio, R. (2002). *Fundamentos de Mapeo de Procesos*.
- Ferrer M.Fuenmayor, R. (2010). *El balance scorecard y la Ética empresarial como elemento estratégico en la gerencia Pública*. España: Universidad y Empresa.
- Guerrero, O. (2001). Nuevos Modelos de Gestión Pública. *Revista Digital Universitaria*, 1,8.

- Gutenberg, E., Albach, H., & Echavarría, S. G. (2001). Economía de la empresa: teoría y práctica de la gestión empresarial. *Ediciones DEUSTO*.
- Intelligence, C. d. (11 de Diciembre de 2013). *CMI GESTIÓN*. Obtenido de www.cmigestion.es
- Kaplan, R., & Norton, D. (1999). *Cuadro de mando integral "Una obra clave"*. Barcelona: Gestion 2000.
- Leal Londoño, M. d. (2011). La diversificación del destino turístico a través del turismo gastronómico: el caso de Vilanova i la Geltrú. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15-24.
- Norton, K. (2004). Como utilizar el Cuadro de mando integral, para implantar su estrategia. *España Gestión*.
- Orjuela, S. (2011). La Comunicación en la Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. *Revista digital Correspondencias & análisis*, 137-156.
- Perdiguero, T. G. (2005). La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial. *Universitat de Valencia*, Vol. 52.
- Vila, M., Costa, G., & Rovira, X. (2010). The creation and use of scorecard in tourism planning. *Tourism Management*, 232-239.
- Viñega, A. L. (2004). *El Cuadro de Mando y los sistemas de información para la gestión empresarial*. MONOGRAFÍAS AECA.

Implementación de procedimientos administrativos, contables y fiscales para el control de las operaciones en las unidades productivas de la huasteca hidalguense.

MAF. Juan miguel López Carrillo
LCP. Jesús Albino Bautista

Universidad Tecnológica de la Huasteca Hidalguense

Resumen

El objeto del estudio de la investigación realizada fueron las Pequeñas y Medianas Empresas del sector primario que han recibido financiamiento, dentro de la región Huasteca, para lo cual se acudieron a dependencia gubernamentales a solicitar bases de datos de donde se realizó la investigación. En base al diagnóstico se realizó un análisis, sobre como contribuir para resolver las problemáticas que enfrentan las pequeñas empresas, por lo cual que se diseñó unos procedimientos que cuenta con tres etapas integradas de la siguiente manera:

El primero procedimiento va dirigido a las cuestiones administrativas, en esta sección se contempla aspectos como la generación de la Misión, Visión, Valores, Análisis FODA, Estructura Organizacional, Definición de Puestos, Operación de las Asambleas, Servicio al Cliente y Valor agregado. El segundo procedimiento tiene la finalidad de generar información financiera, en este apartado de abordan aspectos para controlar el efectivo, Cuentas por cobrar, Inventarios, Activos fijos, Cuentas por pagar, Capital, Ventas, Compras, Gastos, Determinación del costo unitario, Costos de producción, Control presupuestal, Presupuestos de egresos así como la determinación sencilla de un balance general y estado de resultados. El tercer procedimiento está relacionado con el aspecto legal

y fiscal el cual inicia con constitución legal del grupo de productores, Selección del Régimen, Inscripción en el R.F.C. Todo esto con el fin de fortalecer a las unidades productivas de la region huasteca hidalguense.

Palabras clave: Procedimiento, fortalecimiento, rentabilidad

Introducción

Para todo país en vías de desarrollo debe de ser una prioridad atender a grupos de poblaciones que se encuentren en pobreza, y una de las estrategias es el apoyo a la generación de proyectos productivos.

La región huasteca del estado de Hidalgo, tiene una población con un alto grado de marginación, según datos estadísticos del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), tal y como se puede apreciar en la siguiente tabla.

Cuadro 1
Medición de la Pobreza, Hidalgo, 2010
Incidencia, número de personas y carencias promedio en los indicadores de pobreza, 2008-2010

Indicadores	Porcentaje		Miles de personas		Carencias promedio	
	2008	2010	2008	2010	2008	2010
Pobreza						
Población en situación de pobreza	55.0	54.8	1,423.3	1,466.2	2.8	2.5
Población en situación de pobreza moderada	39.9	42.5	1,032.5	1,136.3	2.4	2.2
Población en situación de pobreza extrema	15.1	12.3	390.8	330.0	3.7	3.6
Población vulnerable por carencias sociales	31.2	27.9	806.8	746.6	2.2	2.0
Población vulnerable por ingresos	3.4	4.0	87.1	107.6	0.0	0.0
Población no pobre y no vulnerable	10.5	13.3	272.5	355.5	0.0	0.0
Privación social						
Población con al menos una carencia social	86.1	82.7	2,230.1	2,212.8	2.6	2.3
Población con al menos tres carencias sociales	39.2	31.8	1,014.6	852.1	3.7	3.5
Indicadores de carencia social						
Rezago educativo	23.6	23.4	611.6	625.8	3.4	3.1
Carencia por acceso a los servicios de salud	49.0	31.7	1,268.5	847.7	2.9	2.9
Carencia por acceso a la seguridad social	76.9	71.9	1,992.4	1,922.8	2.7	2.5
Carencia por calidad y espacios de la vivienda	21.1	13.6	547.5	363.2	3.8	3.5
Carencia por acceso a los servicios básicos en la vivienda	25.8	22.6	667.5	603.9	3.6	3.3
Carencia por acceso a la alimentación	23.9	29.0	619.5	776.6	3.6	3.1
Bienestar						
Población con un ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo	22.5	23.7	582.7	635.0	3.1	2.6
Población con un ingreso inferior a la línea de bienestar	58.3	58.8	1,510.3	1,573.8	2.6	2.3

Fuente: estimaciones del CONEVAL con base en el MCS-ENIGH 2008 y 2010.

NOTA: las estimaciones de 2008 y 2010 utilizan los factores de expansión ajustados a los resultados definitivos del Censo de Población y Vivienda 2010, estimados por INEGI.

El apoyo económico que el gobierno destina a la generación de proyectos productivos, es una estrategia para que la población tenga una fuente de ingresos que ayude al sustento de las familias del estado de Hidalgo, el presente proyecto atenderá el área de influencia de la Huasteca Hidalguense.

La Huasteca Hidalguense cuenta con población indígena de origen náhuatl. Se localiza al noreste de la entidad que limita al norte con San Luis Potosí y al oriente con Veracruz, está conformada por los municipios de Atlapexco, Huautla, Huazalingo, Huejutla, Jaltocán, San Felipe Orizatlán, Xochiatipan y Yahualica, perteneciente al Estado de Hidalgo. Huejutla es el principal lugar de comercialización con una población de 122,905 habitantes según el Censo 2010 del INEGI

Es importante considerar que quienes administran los proyectos productivos son personas mayores de 18 años sin preparación escolar de acuerdo con la información presentada por el INEGI donde se observa que el 41.9% es el grupo de personas que asisten a la escuela y cuya edad fluctúa entre 15-24 años, es decir que 58.1% no cuenta con un grado de preparación escolar.

Características educativas



De cada 100 personas de 15 años y más, 13 tienen algún grado aprobado en educación superior.

Tasa de alfabetización por grupo de edad:

15-24 años	97.0%
25 años y más	69.6%

De cada 100 personas entre 15 y 24 años, 97 saben leer y escribir un recado.

Asistencia escolar por grupo de edad:

3-5 años	62.7%
6-11 años	97.2%
12-14 años	93.8%
15-24 años	41.9%

De cada 100 personas entre 6 y 11 años, 97 asisten a la escuela.

Problema de la Investigación

Considerando la información anterior proporcionada por el CONEVAL que los proyectos productivos que son otorgados a productores de nuestra región no realizan un seguimiento adecuado para el fortalecimiento económico de la misma, es porque no cuenta con conocimientos necesarios para poder administrar y llevar el control de las operaciones de las unidades productivas y por tal motivo esta tienden a no poder desarrollarse y llegar a un punto de fracaso, Las actividades preponderantes de producción primaria en la región es el cultivo de café, apicultura, cítricos, palmilla, ganadería, artesanía, y fabricantes de muebles. También se ha incursionado en la actividad ecoturística ya que por sus características de

flora y fauna, además de los hermosos paisajes cubiertos por su variada vegetación, sus ríos y demás elementos naturales la convierten en un espacio ideal para que los turistas disfruten de un paisaje.

Objetivo

Implementar los procedimientos a diez unidades productivas para fortalecer las áreas administrativo, contable y fiscal de la región huasteca

Metodología

Como primer paso es necesario aplicar la pequeña empresa un diagnóstico el cual es el inicio de cada módulo, este determina cuáles son las necesidades que tiene la empresa derivado de esto, se definen que temas que se van aplicar, el cual se ejecuta de acuerdo a su naturaleza es decir, por medio de reuniones colaborativas con los socios de cada una de las unidades productivas.

Como segundo paso es la aplicación de los procedimientos el cual está formado por 3 módulos, el administrativo cuenta con 10 instrucciones de trabajo que se apoya de 18 formatos, mientras el módulo contable contiene 15 instrucciones de trabajo y 26 formatos de apoyo, y para finalizar el área fiscal contiene 6 instrucciones de trabajo y 5 procedimientos los cuales permitirán organizar y eficientar dichas áreas.

Finalmente como tercera etapa de llevo a cabo la implementación de los procedimientos: administrativo, contable y fiscal, el criterio de selección fue considerando las cadenas productivas más relevantes eligiendo a los ecoturimos de nuestra region huasteca como los son achiquihuitla, atempa, coatenahuatl, cuatzonco, limantitla, humotitla, xancatitla, el encinal y zoquitipan.

Una de las primeras actividades consistió en una reunión en el cual se determinaron las necesidades específicas de cada una de las unidades productivas encontrándose que las áreas de oportunidad que se podían abordar eran los temas de:

Planeación estratégica, ya que no contaban con elementos que definieran el compromiso actual y futuro de la organización, en los temas de índole contable desconocían como llevar controles internos de efectivo, cuentas por pagar, cuenta por cobrar lo que les impedía tomar decisiones relativas al margen de ganancias.

En materia fiscal no contaban con expedientes necesarios para dar cumplimiento a obligaciones fiscales.

Por lo anterior se implementaron los procedimientos necesarios a cada una de las unidades productivas antes mencionadas y el cual se pudo observar que las entidades se encuentran fortalecidas en los temas que se trataron, ya que actualmente cuentan con sus respectivos procedimientos

El primero procedimiento va dirigido a las cuestiones administrativas, en esta sección se contempla aspectos como la generación de la Misión, Visión, Valores, Análisis FODA, Estructura Organizacional, Definición de Puestos, Operación de las Asambleas, Servicio al Cliente y Valor agregado, el cual tiene como objetivo de abatir los problemas de falta de planeación a largo plazo a través de la creación de su filosofía de la empresa, así también

abátelas problemáticas organizacionales y trabajo en equipo por medio de la definición de puestos, actividades y finalmente la atención al cliente que es importante para contemplar el trato que se le da a los clientes al momento de comercializar los productos.



El segundo procedimiento tiene la finalidad de generar información financiera la cual es importante para la toma de decisiones financieras ya que podrá conocer sus márgenes de ganancias y decidir si invertir o dejar de hacerlo, en este apartado se abordan aspectos para controlar el efectivo, Cuentas por cobrar, Inventarios, Activos fijos, Cuentas por pagar, Capital, Ventas, Compras, Gastos, Determinación del costo unitario, Costos de producción, Control presupuestal, Presupuestos de egresos así como la determinación sencilla de un balance general y estado de resultados.



El tercer procedimiento está relacionado con el aspecto legal y fiscal el cual inicia con constitución legal del grupo de productores, Selección del Régimen, Inscripción en el R.F.C. la elaboración de este módulo tiene la intención de combatir dificultades que tienen los productores al momento de comercializar sus productos ya que por falta de expedición de facturas no pueden vender sus productos, la implantación de estos tres procedimientos es con el fin de fortalecer a las unidades productivas de la región huasteca hidalguense.



Resultados

La aplicación de los procedimientos Administrativo, contable y fiscal, se llevó a cabo en 10 grupos de productores de las distintas cadenas donde se aplicaron las encuestas iniciales.

La implementación se realizó a través de reuniones colaborativas, capacitación, asesorías y consultorías, en el área administrativa, contable y fiscal realizadas en las instalaciones de la Universidad Tecnológica de la Huasteca Hidalguense y en la Sociedad Cooperativa (in situ), contando con la participación de los integrantes de la organización y miembros del Cuerpo académico.

Una vez finalizada la implementación del procedimiento, la sociedad se encuentra fortalecida al contar con los siguientes productos:

Procedimiento Administrativo

1. Diagnóstico en el área administrativa
2. Filosofía empresarial
 - 2.1 Misión
 - 2.2 Visión
 - 2.3 Valores
 - 2.4 Logotipo
3. Análisis FODA
 - 3.1 Estrategias para atender las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
 - 3.2 Organigrama
 - 3.3 Manual de organización

Procedimiento Contable

1. Diagnóstico en el área Contable
2. Determinación del patrimonio de la sociedad
3. Determinación del % de participación de cada uno de los socios
4. Determination del costo unitario
5. Balance General y Estado de Resultados.
6. Diseño y generación de los certificados de aportación

Procedimiento Fiscal

1. Diagnóstico en el área Fiscal
2. Diseño de la factura
3. Generación de factura
4. Selección de régimen

5. Inscripción al RFC

Conclusiones

Los proyectos productivos en la huasteca hidalguense, representan una importante área de oportunidad para el estudio de los diversos factores económicos- administrativos, mediante el análisis realizado a los proyectos productivos de la región, se pudo determinar que cuentan con grandes limitaciones en su control interno e incluso en algunas ocasiones se manejan de manera arbitraria de acuerdo a decisiones momentáneas, sin que estas sean analizadas de una manera adecuada

Los productos generados impactan en el desarrollo de las unidades productivas de nuestra región huasteca para fortalecerlos económicamente, la cual no se debe olvidar que está integrada por personas con un fin común, para los cuales significa el ingreso que le ayuda a sostener una familia, mejorando la calidad de vida de este grupo de productores de la Huasteca Hidalguense.

Considerando que el proyecto “Implementación de procedimientos de control administrativo, contable y fiscal para el fortalecimiento de unidades productivas en la Huasteca Hidalguense” atendió 10 grupos de productores de la región huasteca hidalguense

Bibliografía

1. UTHH Inventario de empresas en la Huasteca Hidalguense / participantes
Ing. Pablo de Jesús Medina Llamas, Rector; Ing. Juan Gustavo Rodríguez Barba, Director del Proyecto; L.C. Marisol Flores Contreras, Administradora del Proyecto; T.S.U. Ma. Judith Grijalva Lorenzo, Tesista asociado. Huejutla de Reyes, Hgo., México: UTHH, 2002 esp.
2. UTHH Diagnóstico Regional del Desarrollo Económico y Social de la Huasteca Hidalguense/ participantes Ing. Pablo de Jesús Medina Llamas, Rector; Ing. Juan Gustavo Rodríguez Barba, Director del Proyecto; L.C. Marisol Flores Contreras, Administradora del Proyecto; Huejutla de Reyes, Hgo., México: UTHH, 2002 esp.
3. UTHH Inventario de Programas, Políticas, Recursos Institucionales de la Huasteca Hidalguense/ participantes Ing. Pablo de Jesús Medina Llamas, Rector; Ing. Juan Gustavo Rodríguez Barba, Director del Proyecto; L.C. Marisol Flores Contreras, Administradora del Proyecto; T.S.U. Ma. Cristina Martínez Cerecedo, Tesista asociado. Huejutla de Reyes, Hgo., México: UTHH, 2002 esp.
4. UTHH Inventario de Proyectos de la Huasteca Hidalguense / participantes
Ing. Pablo de Jesús Medina Llamas, Rector; Ing. Juan Gustavo Rodríguez Barba, Director del Proyecto; L.C. Marisol Flores Contreras, Administradora

- del Proyecto; T.S.U. Natalio Reyes del Ángel, Tesista asociado. Huejutla de Reyes, Hgo., México: UTHH, 2002 esp.
5. Hernández Sampieri, Roberto. Metodología de la Investigación / Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio. 4ª Edición. México: McGraw Hill c2006 esp.
 6. Gitman, Lawrence J. Principios de administración financiera / Lawrence J. Gitman; tr. Eliza Núñez Ramos; Revisión técnica Javier Cervantes González. 10ª Edición. México: Addison Wesley Longman, 2000 esp.
 7. Weston, J. Fred. Finanzas en Administración / J. Fred Weston, Thomas E. Copeland; tr. Jaime Gómez Monterrubio; Revisión técnica Víctor Guarnizo. 9ª Edición. México: McGraw Hill, c1995 esp.
 8. Besley, Scott Fundamentos de administración financiera / Scott Besley, Eugene F. Brigham; tr. Jaime Gómez Monterrubio. 12ª Edición Estado de México: McGraw Hill, c2001 esp.
 9. Núñez Zúñiga, Rafael Manual para la evaluación de Proyectos de investigación. México: Trillas, 2007 esp.
 10. Ortega Castro, Alfonso Proyectos de inversión. México: Editorial continental, 2006 esp.

11. García Martínez, (1982). Fundamentos de administración. Editorial trillas.

12. Rodríguez Valencia, (1989). Introducción a la Administración Con enfoque de Sistemas. Primera edición.

13. Hatzacorsian Hovsepian,(1995).Fundamentos de contabilidad. Primera edición.

Baca Urbina, Evaluación de proyectos. Sexta edición.

Capital humano y capital social como factores de viabilidad en empresas de turismo rural de la sierra nororiental del estado de Puebla

Adriana M. Pérez Serrano

Estudiante de doctorado. Colegio de Postgraduados, Campus Puebla. Km. 125.5 Carr. Fed. Méx. Pue. Santiago Momoxpan, San Pedro Cholula. C.P. 72760 Puebla, Pue. Méx. Correo electrónico: adriana.pserrano@hotmail.com

J. Pedro Juárez Sánchez

Profesor Prof. Investigador Titular. Colegio de Postgraduados Campus Puebla. Tel: 01 (222) 2851448 Extensión 2059. Correo electrónico: pjuarez@colpos.mx

Resumen

El turismo representa una fuente importante de divisas, tanto a nivel nacional como internacional; no obstante, al tratarse de proyectos implementados en comunidades rurales, ya sean de reciente formación o en proceso de gestión, se requiere que éstos sean fundamentados en estudios integrales, de modo que no solo se considere el análisis econométrico para valorar su viabilidad. Un análisis integral permitiría la valoración de los activos tangibles e intangibles a los que tienen acceso las comunidades rurales y en este sentido cobran importancia el capital humano y capital social, como factores de viabilidad en empresas turísticas comunitarias, particularmente porque dichos activos pueden representar ventajas competitivas en contextos de marginación y pobreza, como lo son las comunidades rurales de México. A partir de lo anterior, el objetivo del presente estudio fue conocer de qué manera inciden los activos de capital humano y social en las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo Totaltikipak A.C., localizada en la Sierra nororiental del Estado de Puebla.

Palabras claves: Turismo, capital humano y capital social

I. Introducción

A nivel nacional e internacional el turismo representa una atractiva fuente de ingreso y de empleos directos e indirectos, en el año 2011 esta actividad generó un ingreso superior a los 1.2 billones de dólares a nivel internacional, incluyendo el transporte de pasajeros. Por su parte, a nivel nacional el sector turismo generó el 9% del Producto Interno Bruto, ubicándose como la tercera fuente de divisas, por debajo del petróleo y de las remesas (Unión Jalisco, 2013). En el estado de Puebla, durante el año 2011, la actividad turística generó una derrama económica superior a los seis millones de pesos (SECTUR, 2011). Los datos anteriores dan cuenta de la importancia económica que tiene el sector turístico para nuestro país y para el Estado de Puebla; pudiendo representar una de las actividades con mayor viabilidad económica para desarrollar las regiones del Estado, generar empleo rural no agrícola y consolidarse como parte de las estrategias de vida en las comunidades rurales. Sin embargo, para que esta actividad se consolide como tal, es necesario considerar diversos elementos que influyen en su fomento y funcionamiento, e identificar aquellos factores que le confieran ventajas competitivas a las empresas rurales que ofertan este servicio.

En este sentido, el capital humano y el capital social son considerados activos que generan ventajas competitivas al interior de las empresas y las regiones. El primero de ellos, está relacionado directamente con la calidad del servicio, al mismo tiempo que representa un medio para incrementar su productividad y eficiencia; el segundo, está relacionado con el proceso de asociatividad, siendo indispensable para lograr la eficiencia organizativa y surgiendo como un medio para sumar esfuerzos y reducir riesgos en grupos vulnerables. En

ambos casos las personas involucradas en el proceso de desarrollo tienen poder de decisión e intervención, por lo que incrementa la importancia de estos elementos en la viabilidad de proyectos del sector rural y particularmente del turismo rural.

Los estudios de capital humano permiten entender si las empresas están en condiciones de gestionar, ejecutar y mantener proyectos turísticos en términos de motivación, disposición, conocimiento, actitudes y habilidades; que en conjunto representan una vía de competitividad en las empresas. Por otra parte, así como es importante valorar el capital humano, también es necesario conocer cómo son las relaciones sociales que existen en las empresas, particularmente porque no sería suficiente incrementar las capacidades individuales si no hay un conjunto de relaciones sociales que hagan efectivas dichas capacidades.

De esta manera, un estudio integral de los factores que influyen en la viabilidad de los proyectos permitiría entender y priorizar las sinergias dadas en el sistema turístico; así como canalizar los recursos, tanto humanos como económicos, de manera más eficaz y eficiente; otorgando ventajas a aquellas comunidades rurales que realmente tengan la capacidad de reconocer, gestionar y explotar sus potencialidades turísticas. Asimismo, sabiendo que ante el proceso de globalización el mercado laboral y productivo son cada vez más exigentes y competitivos, se requiere de la integración y formación de los productores que por lo regular trabajan de manera aislada y con escasa capacitación y profesionalización. Es por ello que deben ser capaces de mejorar el servicio que ofertan y de reducir costos con el objetivo de incrementar sus ingresos y sus condiciones de vida.

Así pues, para que el turismo rural logre consolidarse como una estrategia competitiva en las comunidades rurales se requiere identificar, de manera integral, las potencialidades del territorio, teniendo en cuenta las necesidades, demandas, perspectivas, capacidades y

limitaciones de los diversos actores que interactúan en ese espacio multidimensional. Por lo anterior, es necesario realizar estudios integrales donde se evalúe la viabilidad de los proyectos más allá del recuento de los recursos turísticos y/o de un análisis econométrico; integrando también el estudio de activos intangibles, tales como el capital humano y social, los cuales influyen en la planeación, ejecución y permanencia de este tipo de proyectos, tanto o más que los activos tangibles. A partir de lo anterior, el objetivo del presente estudio fue analizar el capital humano y social que poseen las empresas que integran la Red de Turismo Alternativo Totaltikpak A.C., con la finalidad de conocer de qué manera influyen estos elementos en la viabilidad de las empresas de turismo rural en la región de la Sierra Nororiente de Puebla.

II. Revisión de literatura

2.1 Conceptualizando el Turismo alternativo y el turismo rural

El turismo alternativo puede ser entendido desde tres perspectivas diferentes, la primera de ellas se refiere a esta modalidad como una “alternativa” al turismo convencional de sol y playa, de manera que brinda la oportunidad de explorar nuevos destinos turísticos especializados, alternativos a los masificados. Por otro lado, el turismo alternativo puede ser estudiado en función a su operatividad, dado que se considera como una “alternativa de uso sustentable”; es decir, un medio de aprovechamiento sustentable de los recursos; finalmente, este tipo de turismo puede entenderse como alternativo por su acepción social ya que este permite al turista “alternar” e interactuar con la población local (Domínguez, 2003). Por su versatilidad de análisis, el turismo alternativo está integrado por otras modalidades tales como el turismo rural, turismo cultural, turismo de aventura, convenciones, entre otros; y la conceptualización de cada uno de estos obedece a las

características de las actividades y el espacio donde se realizan. Al respecto, el turismo rural es una de las modalidades que mayor ambigüedad conceptual ha generado debido a la complejidad implícita de “lo rural” de manera que existe una amplia discusión en torno a dicho concepto, particularmente en la delimitación del término y de las actividades que lo constituyen. Así pues, con la finalidad de hacer una aportación a la discusión conceptual, en este estudio, el turismo rural se define como: *Actividad turística que se desarrolla en el territorio rural, de escala local, y cuya motivación principal es realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas tradicionales de la misma; a la vez que se buscan atractivos asociados al descanso, paisaje y huida de la masificación* (Vera et al., 2011 y SECTUR, 2004).

A partir de lo anterior, se entiende que la motivación de los turistas rurales es el conocimiento de la cultura campesina y rural, de las actividades productivas del agro, de sus tradiciones y estilo de vida. De esta manera, el turismo rural vincula activamente tanto a los servidores turísticos como a los turistas, buscando que ambos actores interactúen y compartan, y que a través de dicha interacción el producto sea construido y conservado; y para que ello sea posible se requiere, entre otras cosas, del empoderamiento de la comunidad local en la gestión, desarrollo y operación de la actividad turística; del respeto y aplicación de los principios de sustentabilidad y de que se entienda el carácter complementario del turismo a las actividades agropecuarias en los territorios rurales (Amaya, 2005; Juárez y Ramírez, 2007)

2.2 Capital Humano y su importancia en el Turismo rural

La teoría del capital humano surge después de la Segunda Guerra Mundial, a mediados del siglo XIX y fue propuesta por Gary Becker. Esta corriente teórica se fundamenta en la importancia que tiene el conocimiento como elemento estratégico para alcanzar el desarrollo, y sugiere dos posibles maneras de formar capital humano: la general y la específica. La primera de ellas hace referencia al conocimiento adquirido en el sistema educativo escolarizado; la segunda, se refiere a la adquirida a través de una unidad de producción o servicio; es decir, mediante la experiencia laboral (Gleizes, 2000). Según la teoría, existe una relación positiva entre la acumulación de conocimiento de un individuo y su remuneración económica; de modo que supone que al poseer mayor capital humano se generará mayor productividad y esto se reflejará en un incremento de ingresos (Gimenez, 2005). Así pues, se entiende que el capital humano determinará la capacidad que un individuo tiene para realizar un trabajo, por lo que el concepto de capital humano está relacionado con el de productividad y se define como el conjunto de capacidades productivas que un individuo posee, entre las que destacan: actitudes, habilidades y conocimientos (García, 2004).

Las actitudes se manifiestan en las diversas conductas que el individuo puede tener frente a las actividades que desempeña; la motivación, la disposición y el deseo de hacer las cosas son algunos indicadores de la actitud. Por su parte, las técnicas y destrezas de las personas son evidencias de sus aptitudes o habilidades, pudiendo estas mejorar, evolucionar, perfeccionarse, actualizarse, desarrollarse y potenciarse (García, 2004). Finalmente, al hablar de conocimientos, se hace referencia a una amalgama de experiencia, valores, información y “saber hacer”, ingredientes que sirven como marco para la integración de nuevas experiencias e información (Davenport y Prusak, 1998). El conocimiento es útil y

aplicable para la acción y toma de decisiones, es personal porque se crea y reside en los individuos y es confrontado de acuerdo a sus propias experiencias y es dinámico porque está en constante cambio y desarrollo (Andreu y Sieber, 2000). Estas características hacen del conocimiento uno de los activos intangibles más importantes dentro del ámbito laboral y empresarial, siendo considerado como una ventaja competitiva (Lillo, *et al.*, 2007).

La teoría del capital humano no es ajena a las empresas del sector turístico, particularmente, porque los procesos de producción, venta y consumo ocurren directa y simultáneamente existiendo una relación positiva entre la calidad del capital humano, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente-turista; esta última, además vinculada a la fidelización del destino. Asimismo, Acosta *et al.* (2002, p. 64) afirman que “en muy pocas áreas de producción y servicios el componente humano tiene una incidencia más significativa que en el de la hostelería y el turismo debido a la interrelación directa, sin ningún tipo de intermediario con los clientes”. En este contexto, el capital humano turístico es definido como “la cantidad de conocimientos técnicos y cualificaciones que poseen los trabajadores del sector, procedente de las inversiones en educación formal y en formación en el trabajo” (Lillo, *et al.*, 2007). Así pues, la inversión en capital humano es un elemento básico para complementar las ventajas comparativas de la empresa o destino turístico, así como para crear y fortalecer las ventajas competitivas tanto de la empresa como del individuo (Padilla y Juárez, 2007)

2.3 Capital Social y su influencia en el turismo rural

Así como los conocimientos, actitudes y habilidades son importantes en el desarrollo de la actividad turística; también lo son los vínculos sociales que se generan entre los diferentes actores, puesto que inciden directamente en el grado de colaboración e intervención

colectiva de los agentes locales (Freiría, 2003). En este sentido, Putnam y Alone (2000), hacen referencia al concepto de capital social, entendido este como el conjunto de recursos asociativos y mecanismos de interacción involucrados en las relaciones - entre individuos y entre grupos- que facilitan la coordinación y cooperación para beneficio mutuo, respecto a una actividad. Dichos recursos y mecanismos se manifiestan en las conexiones o vínculos entre individuos y grupos, teniendo características distintas pero complementarias. Los recursos asociativos, tales como las relaciones de confianza, reciprocidad y cooperación, establecen vínculos necesarios para alcanzar metas y mantener la interacción social adecuadamente; asimismo, hacen que las interacciones al interior de una sociedad sean más ágiles y sencillas, haciéndolas eficaces y eficientes (Woocklock, 1998; Spagnolo, 1999; Atria, 2003). Por su parte, los mecanismos de interacción reducen las condiciones de incertidumbre y las diferencias existentes entre los diversos agentes, esto a su vez promueve la participación directa de los individuos y de la comunidad misma (Vargas, 2004). Considerando que tanto los recursos asociativos como los mecanismos de interacción difieren entre los grupos y comunidades, se deduce que las relaciones sociales entre los actores no son homogéneas, de modo que es posible distinguir tres formas de capital social: restringido, en desarrollo y ampliado; donde cada variante dependerá de la existencia de recursos asociativos y mecanismos de interacción al interior y/o al exterior de los grupos o comunidades (Atria, 2003).

Otra manera de analizar el capital social de un grupo o comunidad es con base en su carácter, horizontal o vertical, donde las relaciones sociales establecidas entre actores pueden ser de tres tipos o niveles: i) de unión o *bonding*, cuando las relaciones sociales son de tipo horizontal; es decir, al interior del grupo o comunidad; ii) de puente o *bridging*, referido a lazos –verticales- entre grupos o comunidades semejantes pero en distintos

espacios geográficos y iii) de vinculación *olinking* concerniente a las relaciones hacia el exterior, entre grupos y personas con distinta identidad y grados de poder. Como es de esperarse, aquellas relaciones definidas de primer nivel tienen mayor restricción en cuanto a su alcance, tanto social como geográfico; contrario a lo que sucede con las relaciones de tercer nivel, cuyos nexos facilitan el acceso a niveles sociopolíticos de mayor transcendencia. A partir de lo anterior, el estudio y diferenciación de las relaciones sociales es importante, en la medida en la que permite entender las capacidades y limitaciones que tiene un grupo o comunidad, de movilizar sus recursos asociativos en beneficio del colectivo (Atria, 2003; Meizenet *al.*, 2004; Bebbington, 2005).

Así pues, partiendo de la existencia de tres formas y niveles de capital social, es posible pensar que éste puede ser desarrollado, existiendo dos estrategias de construcción de capital social: a) el empoderamiento y b) el asociativismo; donde el primero se refiere a la apertura de un entorno en que el grupo pueda aumentar su capacidad de movilización mediante la transformación de la influencia existente dentro del grupo, en organización para actuar hacia fuera del grupo, en su beneficio. La segunda estrategia es la asociatividad, cuya finalidad es expandir y/o fortalecer el alcance de sus integrantes; siendo ésta una estrategia de cooperación y acciones concertadas entre aliados (Atria, 2003).

La importancia del asociativismo en el turismo rural, recae en el hecho de que representa una estrategia que permite potenciar acciones de cooperación mediante la comunicación, identificación y ejecución de acciones convenidas con otros aliados con objetivos comunes. Al respecto Freiría (2003) menciona que entre las razones por las que se configuran alianzas estratégicas en el turismo rural destacan las siguientes: a) inclusión a nuevos mercados, b) reducción de costos de producción y gestión, c) estimulación de la competitividad del territorio, d) intercambio de tecnologías y experiencias que mejoran los

servicios locales, e) construcción de estrategias conjuntas, f) incremento de la capacidad de gestión en niveles superiores al local, g) disminución de la vulnerabilidad de las micro y pequeñas empresas; y finalmente, h) la asociatividad promueve la eficiencia y la eficacia de grupos, particularmente de empresas. Se puede decir, en resumen, que las asociaciones que se generan entre las empresas estarán definidas en función de las acciones a realizar, y pueden ser de intercambio de recursos humanos, tecnológicos y/o financieros; sin embargo, sea cual sea el tipo de alianza, está debe estar fundamentada en la búsqueda y culminación de objetivos y beneficios comunes.

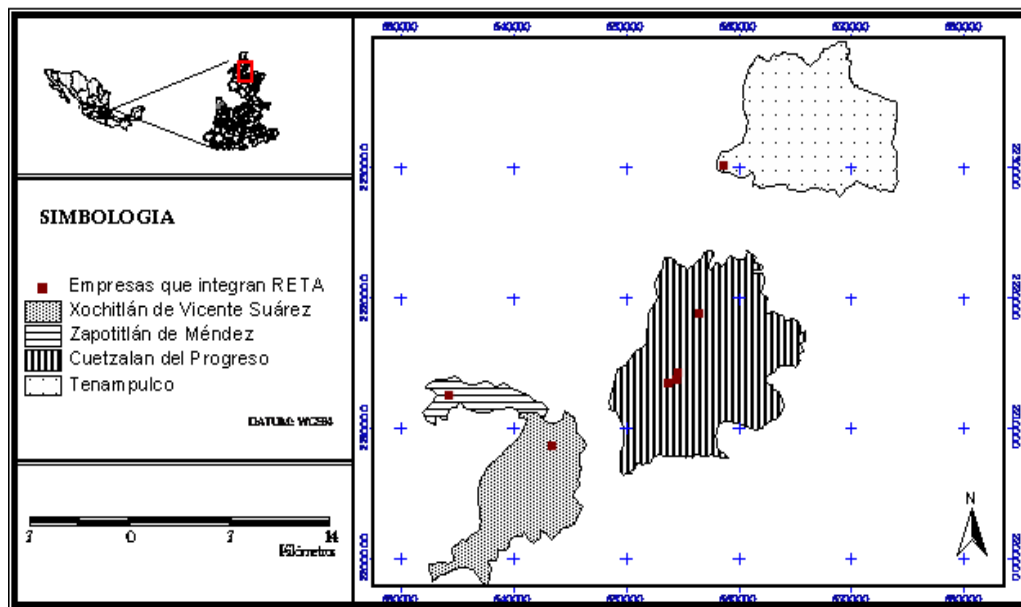
III. Metodología

El estudio se realizó en el año de 2007, siendo este de tipo retrospectivo dado que se indagó sobre hechos ocurridos en el pasado. Asimismo, según el periodo y secuencia del estudio, éste es transversal, dado que estudia las variables simultáneamente en un momento determinado, de manera que se hace un corte en el tiempo. Finalmente, según el análisis y alcance de los resultados, el estudio fue descriptivo, dado que estuvo dirigido a determinar la situación de las variables de la población objetivo (De Canales *et al.*, 1991).

El marco de muestreo correspondió a siete empresas comunitarias que integran la Red de Turismo Alternativo (RETA) “Totaltikpak, A.C.”, las cuales tienen un total de 106 socios. A partir de este dato y considerando que el número de integrantes por empresa no es homogéneo, se utilizó un muestreo estratificado, por lo que el tamaño de la muestra constó de 51 personas, de las cuales 16 correspondieron a dirigentes o representantes y 35 a los integrantes y socios. El instrumento que se empleó para este estudio fue el cuestionario y para el análisis de datos se empleó estadística descriptiva.

3.1 Ubicación del área de estudio

Las empresas que conforman la RETA, se localizan espacialmente en cuatro municipios de la Sierra Nororiental del Estado de Puebla: Hotel Taselotzin, Caminos de Herradura, Guías de Ueyixolal y Chihuanime se ubican en el municipio de Cuetzalan del Progreso; Xlulux en el municipio de Tenampulco; Teht-Tlan en Xochitlán de Vicente Suárez y la empresa de Xkit se localiza en Zapotitlán de Méndez. Los municipios de estudio se localizan entre los 19° 58" y los 20° 10" de Latitud Norte; y los 97° 23" y 97°42" de Longitud Oeste; el municipio con mayor superficie territorial es Cuetzalan del Progreso con 135.22 Km².



Tenampulco con 108.44 Km², Xochitlán de Vicente Suárez con un total de 45.92 Km² y finalmente Zapotitlán de Méndez con 35.72 Km² (Figura 1).

Figura 1. Localización de las empresas que realizan actividades de turismo rural en el Municipio de Cuetzalan del Progreso, Puebla.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INEGI (2005)

El municipio de Zapotitlán tiene 5,178 habitantes, Tenampulco 6,721, Xochitlán 11,744 y Cuetzalan tiene una población de 45,781 pobladores. Con respecto a las educación se tiene

que el 16.24% de la población de Xochitlán es analfabeta, el 14.22% en Zapotitlán, el 11.28% en Cuetzalan y el 10.44% en Tenampulco. El 13% de la población mayor de 5 años habla una lengua indígena en Tenampulco, el 72% en Zapotitlán y Cuetzalan; y el 88% en Xochitlán cuyo porcentaje corresponde al de mayor presencia de hablantes de lengua indígena a nivel estatal. La mayoría de municipios presenta un grado alto de marginación, excepto Xochitlán que tiene un grado de marginación muy alto (CONAPO, 2005; INEGI, 2005). La actividad principal de los cuatro municipios es la agricultura, destacando el maíz y el café, donde más del 50% del total de la superficie sembrada corresponde al maíz (SAGARPA, 2004).

IV. Resultados y Discusión

4.1 Valoración de Capital Humano mediante la educación formal e informal en comunidades rurales.

La teoría del capital humano señala que la forma de adquirir y potencializar dicho activo, es a través del aprendizaje escolarizado y la experiencia laboral. Esto es importante si se considera que los proyectos de turismo rural, en México, son gestionados y ejecutados por personas de bajos recursos, e implementados en territorios con alto grado de marginación. En este sentido, el promedio de escolaridad de los integrantes de la RETA es de 8 años, lo cual indica que su nivel educativo es el mismo que el promedio estatal, pero ligeramente por debajo de la media nacional, siendo estos valores de 8.0 y 8.6 años, respectivamente. (INEGI, 2010). Desglosando los valores de escolaridad, el 24% de los encuestados tiene menos de seis años de escolaridad, el 26% tiene concluidos sus estudios de primaria, el 10% concluyó la secundaria, el 32% se ubica en el nivel medio superior y el 8% posee estudios de licenciatura. Al analizar la escolaridad por género, se observó que las mujeres

presentan, en promedio, menor grado escolar comparado con los hombres, 5.96 y 10.02 años respectivamente; lo cual concuerda con lo reportado por Ordaz (2007), quien señala que las mujeres rurales tienen menor grado de escolaridad; esto probablemente debido a que el acceso a la educación era restringido para las mujeres, quienes son asignadas a las tareas del hogar, particularmente en espacios rurales.

Al analizar la variable de edad, se observó un promedio grupal de 35.5 años, donde la mínima fue de 17 años y una máxima de 77. Al contrastar las variables de edad y escolaridad mediante un análisis de correlación, el resultado apunta que, para el caso de estudio, existe una relación negativa entre las variables ($r=-0.754$; $p<0.01$), lo que indica que a mayor edad de los entrevistados, estos tienen un menor nivel de escolaridad. Por otro lado, se verificó si existía alguna relación entre la escolaridad y el ingreso anual que percibían las personas por la actividad turística, encontrándose una relación positiva entre las variables ($r=0.232$); $p<0.001$), lo que muestra que a mayor escolaridad, los entrevistados perciben mayor ingreso económico. Asimismo, se contrastó la premisa anterior considerando la vía específica de adquisición de capital humano (experiencia laboral y educación informal), no encontrando diferencias significativas ($r=0.033$; $p<0.001$) entre el número total de capacitaciones diferentes que los encuestados habían recibido y su ingreso anual. De acuerdo a lo anterior, si bien podría sugerirse que la vía de aprendizaje formal es más redituable; deben considerarse también dos aspectos de gran importancia: por una parte, no todas las personas tienen acceso a un sistema educativo formalizado y menos aún en el contexto en el que se realizó el estudio; y por otro lado el aprendizaje informal, refiriéndose particularmente a las capacitaciones y/o formaciones específicas, permite que las personas mejoren la calidad del servicio. Con base en las encuestas realizadas se sabe que el número de formaciones recibidas incide en la destreza con la que el prestador de

servicios se relaciona con los turistas; concluyendo que aquellas personas que se relacionan con los turistas con mayor facilidad, son quienes han tenido acceso a un mayor número de cursos de capacitaciones.

4.2 Importancia de la asociatividad para el fortalecimiento de empresas turísticas rurales

La RETA integra un total de siete empresas rurales y comunitarias. De estas empresas dos de ellas tienen una antigüedad de funcionamiento menor a un año, dos más llevan entre uno y cinco años trabajando, una tiene de seis a 10 años y dos empresas tienen más de 10 años de operación. Asimismo, las empresas que integran la RETA están constituidas por un número variado de personas, teniendo un mínimo de siete y un máximo de 45 integrantes; integrando un total de 106 individuos de los cuales el 73% está consciente de su pertenencia a la red y el porcentaje restante carece de este conocimiento ya que son personas que no están involucradas directamente en su propia empresa dado que son socios pasivos, generalmente por razones de edad.

La importancia de asociarse es clara para la mayoría de los encuestados, el 78% de consideró que el pertenecer a la RETA representa una ventaja para sus respectivas empresas y esto es así, dado que existe consciencia de que los grupos aislados tienen pocas posibilidades de acceder a recursos disponibles en instancias gubernamentales y no gubernamentales; los cuales no solo son de tipo económico, sino también tecnológicos y físicos. En este sentido, entre los beneficios que reconocen los integrantes entrevistados de esta asociación son: capacitación (54%), promoción (16%) y asesoría (5%). El porcentaje restante (25%) no está seguro de las ventajas que recibe de la RETA. Respecto a la capacitación, entendida como herramienta para fortalecer el capital humano de los integrantes de la red, los encuestados reconocen que no solo les dio la oportunidad de

acceder a formaciones de calidad; sino que también ha contribuido a la reducción de costos en este rubro.

Del total de integrantes encuestados en el presente estudio, el 86% no reconoce desventajas de pertenecer a la RETA; no obstante, el 14% - que son los representantes de cada empresa y son quienes asisten a las reuniones generales- mencionó que pierden tiempo y dinero al tener que asistir a las reuniones establecidas. Al cuestionar a los representantes si el pertenecer a la RETA se reflejó en un aumento de la afluencia turística hacia su empresa, el 38% mencionó que esta mejora ha sido poco significativa, el 25% dijo que el aumento ha sido regular, el 25% contestó que no aumento y un 12% no contestó. Es importante destacar que la asociatividad de empresas rurales manifestada en la iniciativa de la RETA, principalmente ha beneficiado a las empresas de reciente formación; de modo que las que tienen más años en el mercado como es el caso de Chihuanime y Taselotzin -con más de 10 años de funcionamiento- han logrado posicionarse como destino turístico a escala regional de manera independiente, ya que cuentan con una estructura organizacional definida y tiene el apoyo de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) lo que ha generado que su participación sea menor en las diferentes actividades que desarrolla la RETA.

V. Conclusiones

Los resultados observados evidencian la importancia de integrar el estudio de factores intangibles al sector turístico y como parte del estudio de viabilidad de los proyectos; de manera que los resultados permitan disminuir los riesgos y pérdidas derivadas de acciones fundamentadas en activos tangibles, que si bien son importantes, no son suficientes si se aspira a un verdadero desarrollo sustentable.

Se observó que el desarrollo de Capital Humano adquiere especial importancia en empresas del sector turístico, particularmente por la existencia de relaciones directas entre quien brinda el servicio y quien lo recibe. En el caso de estudio, la capacitación representa una herramienta fundamental para mejorar el capital humano de las personas y el desempeño de sus actividades, brindando a las personas mayor seguridad y destreza en el servicio al cliente; lo que hace que las mejoras que se realicen en este sentido, sean más perceptibles para quien utiliza el servicio, lo que puede ser traducido en una mayor demanda del mismo. En lo que respecta a la articulación del servicio turístico a un nivel regional, los integrantes de las empresas que conforman la RETA consideran que la asociatividad representa una ventaja para el sector en el que se desarrollan, esto es porque a través de la articulación, les ha sido posible acceder a recursos y disminuir costos de gestión y de capacitación; fortaleciendo así sus actividades y desempeño. No obstante, se requiere de mejorar las relaciones de confianza entre los miembros de las diferentes empresas, para que ello les permita ampliar el alcance de sus acciones.

VI. Fuentes de consulta

- Acosta, A., N. Fernández, y M. Mollón [2002], Recursos humanos en empresas de turismo y hostelería, Prentice Hall, Madrid. Citados en Lillo, A., Ramón, A., y Sevilla, M. “Capital Humano como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico” en Cuadernos de Turismo, n° 19. 2007. ISSN: 1139-7861 [<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf>]
- Amaya, C. [2005], Desafíos y Oportunidades del Turismo Rural en México. En: Cesar, A., J. Orozco y S. Arnaiz [eds.]. Desarrollo Rural y Turismo. 51-58 Pp. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.
- Andreu, R. y S. Sieber [2000], La Gestión Integral del Conocimiento y del Aprendizaje. Citados en García, M. 2004. Los elementos integrantes de la nueva riqueza de la empresa. Intangible Capital - N°1-Vol 0, Julio de 2004 - ISSN: 1697-9818 (Cod: 0014) [<http://www.intangiblecapital.org/Articulos/N1/0014.htm>]
- Atria, R. [2003], Capital social: concepto, dimensiones y estrategias para su desarrollo. Pp. 581 - 590. En: Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. Santiago de Chile. Libros de la CEPAL. Atria, R., M. Siles, I. Arriaga, L. Robinson y S. Whitefors (Coompiladores). 590 Pp.
- Bebbington, A. [2005], Estrategias de vida y estrategias de intervención: el capital social y los programas de superación de la pobreza. Pp. 21 - 46. En: Aprender de la Experiencia: El capital social en la superación de la pobreza. Santiago de Chile. Libros de la CEPAL. Arraigada, I. (Editora). 227 Pp.

CONAPO [2005], Índice de Marginación

[<http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/indice2005.htm>].

Davenport, T. y L. Prusak [1998], Working Knowledge. Harvard Business School Press. Boston. Citados en García, M. 2004. Los elementos integrantes de la nueva riqueza de la empresa. Intangible Capital - N°1-Vol 0, Julio de 2004 - ISSN: 1697-9818 (Cod:0014) [<http://www.intangiblecapital.org/Articulos/N1/0014.htm>]

De canales, F., E. De Alvarado y E. Pineda [1991], Metodología de la Investigación. Manual para el Desarrollo de Personal de Salud. LIMUSA. México, D.F. 327 Pp

Domínguez, L. [2003], La Regulación Jurídica de las Modalidades no Tradicionales del Turismo. En: Cesar, A. y S. Arnaiz [eds.]. Turismo Rural y Economía Local. 175-200. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México.

Freiria, G. [2003], El Turismo Rural en la Alternativa Agraria Iberoamericana. En: Cesar, A., J. Orozco y S. Arnaiz [eds.]. Desarrollo Rural y Turismo. 23-30. Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarte, Jalisco, México. 181 Pp.

García, M. [2004], Los elementos integrantes de la nueva riqueza de la empresa en Intangible Capital, N°1-Vol 0, Julio de 2004 - ISSN: 1697-9818 (Cod: 0014) [<http://www.intangiblecapital.org/Articulos/N1/0014.htm>]

Giménez, G. [2005], La dotación de capital humano de América Latina y el Caribe, en Revista de la CEPAL, no. 86. 2005. pp. 103-122 [<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/9/22219/G2282e.pdf>]

Gleizes, J. [2000], El Capital Humano.

[<http://multitudes.samizdat.net/spip.php?article312>]

INEGI [2005], II Censo de Población y Vivienda [En línea]

[<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/conteos/conteo2005/default.asp?c=6224>]

INEGI [2010], Escolaridad [en

línea] [<http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/escolaridad.aspx?tema=P>]

Juárez, J. y B. Ramírez [2007], “El Turismo Rural como Complemento al Desarrollo Territorial Rural en Zonas Indígenas de México”, Scripta Nova. [En línea].

Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de Abril de 2007, vol. XI, Núm 236.

[<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-236.htm>].

Lillo, A., A. Ramón, y M. Sevilla [2007], El Capital Humano Como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico, en Cuadernos de Turismo, no. 19. Pp.

47-69 ISSN: 1139-7861 [<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n19/03-EL%20CAPITAL.pdf>]

Meizen, R., M. DiGregorio y N. McCarthy [2004], Methods for studying collective action in rural development. *Agricultural Systems*, vol.82. 197–214 Pp.

Ordaz, J. [2007], México: capital humano e ingresos. Retornos a la educación, 1994-2005, en Serie Estudios y perspectivas, no. 90, México, CEPAL. Pp. 70

[http://www.cepal.org/publicaciones/xml/5/30255/Serie_90.pdf]

Padilla, R. y M. Juárez [2007], Efectos de la capacitación en la competitividad de la industria manufacturera, en Revista de la CEPAL, no.92. Agosto 2007, México, pp. 45 - 60. Unidad de Comercio Internacional e Industria, CEPAL, Sede Subregional en México.

Putnam, R. y B. Alone [2000], The Collapse and Revival of American Community. Simon&Schuster, New York, p.19. Citado en Ablanedo, I., M. Layton y A. Moreno, 2005. Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI): Capital Social en México. CEPI WORKING PAPER No. 17. Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

SAGARPA [2004], Año agrícola; Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera. [En Línea] [<http://www.sagarpa.gob.mx>].

SECTUR [2004], Turismo Alternativo, Una Nueva Forma de hacer Turismo. Fascículo 1. Serie Turismo Alternativo. D.F. México. [Cd-rom].

SECTUR, 2011. Indicadores Básicos de la actividad turística en Puebla. Año 2010. En línea: www.sectur.pue.gob.mx,

Spagnolo, G. [1999], "Social relations and cooperation in organizations", Journal of Economic Behavior & Organization, Vol. 38 (1999) 1-25. Citado en Vargas, J., 2004. Formación de capital social para fortalecer la institucionalización de la gobernabilidad. En Revista Latina de Comunicación Social. Año 7º, núm. 57. D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820. [En línea: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040657vargas.htm>]

Unión Jalisco, 23 Enero 2013. Turismo es el tercer generador de divisas del país: SECTUR.

[En línea: <http://www.unionjalisco.mx/articulo/2013/01/23/turismo/turismo-es-el-tercer-generador-de-divisas-del-pais-sectur>]

Vargas, J. [2004], Formación de capital social para fortalecer la institucionalización de la gobernabilidad. En Revista Latina de Comunicación Social. Año 7º, núm. 57. D.L.:

TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820. [En línea: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040657vargas.htm>]

Vera, J., López, F., Marchena, M. y Antón, S. [2011], Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos. Editorial Tirant lo Blanch. 1ª Edición.España.473 pp.

Woocklock, M. [1998], "Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework", Theory and Society, Vol. 27, No. 2. Citado en Vargas, J., 2004. Formación de capital social para fortalecer la institucionalización de la gobernabilidad. En Revista Latina de Comunicación Social. Año 7º, núm. 57. D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820.

Hacia un modelo sistémico de negocios para pymes organizadoras profesionales de congresos y eventos empresariales en México

Ana Gabriela Ramírez Gutiérrez

Ricardo Tejeida Padilla

Instituto Politécnico Nacional, México

RESUMEN

El Turismo en México ha sido durante las últimas décadas uno de los sectores económicos de mayor crecimiento e importancia, siendo para el gobierno un factor clave del progreso socio-económico debido a la obtención de ingresos por la actividad, la generación de empleos y creación de empresas, así como la inversión en infraestructura.

Sin embargo, la mayoría de empresas que integran este sector, al igual que muchos otros, son Pequeñas y Medianas Empresas las cuales presentan muchas deficiencias generadas por diversos factores, resaltando la falta de un modelo de negocios formalmente definido, lo que no les permite desarrollarse más y en algunos casos puede generar su desaparición, razón por la cual se debe trabajar a la brevedad, no sólo para evitar el fracaso de las mismas sino acelerar su crecimiento y nivel de competencia a nivel global.

Es por lo anteriormente planteado que la presente investigación busca construir un modelo de negocios visto desde un enfoque sistémico para las PyMEs turísticas, específicamente en las Organizadoras de eventos empresariales.

Palabras clave: Modelo de Negocios, Sistémica, PyMEs profesionales organizadora de

Congresos.

ABSTRACT

Tourism in Mexico has been during last decades one of the fastest growing economic sectors, reverting importance by the government as a key factor in socio-economic progress due to the revenue by the activity, employment and infrastructure investment.

However, most companies that make up this sector, like many others, are small and medium enterprises (SME) which have many deficiencies generated by various factors, highlighting the lack of a business model formally defined, which does not allow them to develop and in some cases can generate their extinction. That is a relevant reason to work as soon as possible, not only to prevent the failure of these enterprises but accelerate growth and level of global competition.

It is for the above described that this research seeks to build a business model viewed from a systems approach for Tourism SME, specifically in the Professional Congress Organizers.

Keywords: Business Model, Systems Science, Professional Congress Organizer Small Enterprises.

A. INTRODUCCIÓN

***Revisión de Literatura**

Durante las últimas décadas, el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento e importancia a nivel mundial, al cual se han unido un número creciente de países invirtiendo en este sector y convirtiéndolo en factor clave del progreso socio-económico a través de la obtención de ingresos por la actividad, la generación de empleos y creación de empresas, así como la inversión en infraestructura. De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2013), la actividad turística contribuyó en 2012 con 9% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, con ingresos de 1,075 miles de millones

de dólares, además de generar 255 millones de empleos, es decir, 1 de cada 11 empleos en todo el mundo.

La OMT realiza anualmente un ranking mundial por país, tomando como base dos variables: captación de turistas internacionales y generación de ingresos. De acuerdo a su última publicación del Panorama Turístico (2013), en 2012 las primeras 5 posiciones por generación de ingresos son ocupadas por: Estados Unidos (126.2 millones de dólares – MDD-), España (55.9 MDD), Francia (53.7 MDD), China (50.0 MDD) y Macao (43.7 MDD). En cuanto a captación de turistas internacionales, los primeros cinco lugares los ocupan: Francia (83 millones), Estados Unidos (67 millones), China (57.7 millones), España (57.7 millones) e Italia (46.4 millones).

México fue ubicado en el lugar número 24 (12.7 MDD), en cuanto a la generación de ingresos, y el lugar número 13 (23.4 millones), por la captación de turistas internacionales.

Debido a la relevancia que se le ha dado, la actividad turística experimenta una continua expansión y diversificación. En la actualidad, entre los segmentos turísticos que mayor relevancia tienen, debido a aportación económica, son: Ecoturismo, Turismo Cultural, Sol y Playa, Negocios, Cruceros, Aventura y Gastronómico.

Uno de los factores que ha tenido una gran influencia en el desarrollo turístico es la globalización, la cual se caracteriza por una mayor interrelación entre los países, a tal grado que, gracias a los procesos de integración, se facilita el flujo de personas, mercancías, servicios y capitales (Ibañez, 2011). Bajo este enfoque, el turismo, por su naturaleza, es una

actividad más vulnerable ante este suceso, es decir, fácilmente puede captar sus impactos positivos o negativos, entre los cuales destacan (AIEST, 1996):

- La expansión del turismo internacional, que viene acompañada del surgimiento de nuevos mercados y destinos turísticos emergentes que supondrían una paulatina redistribución de los flujos turísticos a nivel mundial.
- La desregularización del transporte aéreo que, a su vez, facilita el desarrollo de los viajes a larga distancia.
- El desarrollo científico, que permite incorporar progresivamente nuevas tecnologías.
- La expansión empresarial hacia nuevos destinos es cada vez mayor.
- El aumento de los procesos de concentración empresarial, la comercialización y el marketing, en general, de los productos turísticos.

Derivado de estos impactos y por la necesidad de las organizaciones para realizar congresos y eventos empresariales en los cuales pudieran actualizarse en información de sus gremios, se forma a finales de la década de 1950 el Turismo de Negocios Grupales, constituido por el Turismo de Reuniones (TR).

De acuerdo a la Secretaría de Turismo (SECTUR) (2013), y en adelante para esta investigación, los eventos en México que se consideran dentro del Turismo de Reuniones son:

- Congresos
- Convenciones
- Ferias y exposiciones
- Viajes de Incentivo

Con base en información de la OMT (2006), algunas de las principales características que enmarcan la importancia del TR son:

- Regulación de la estacionalidad de la demanda turística.
- Mejora en la ocupación hotelera durante temporadas bajas.
- Contribución para elevar el gasto promedio de los visitantes.
- Aumento en la estadía promedio.

Carrizo y Vieira (2009) mencionan que el TR tiene particularidades muy específicas: (a) interdependencia entre los diversos agentes interesados; (b) amplitud del fenómeno; y (c) el evento y su inter, multi y pluri-disciplinaridad, el cual requiere el conocimiento de la realidad económica, social, cultural y ambiental dentro de una visión sistémica y de oportunidades.

En México se estima que el TR genera una derrama económica anual de 32.5 mil millones de dólares y más de 783 mil empleos, con una aportación de 1.43% al PIB nacional (CESTUR, 2011).

Según la International Congress and Convention Association (ICCA), México se encuentra actualmente en el lugar 23 del Ranking Mundial de países en la captación de Congresos y Convenciones, y el lugar 5 en Norteamérica – Latinoamérica. En cuanto a las ciudades, las más destacadas son: Ciudad de México (posición 40), Cancún (posición 78), Guadalajara (posición 190), Monterrey y Mérida (posición 319).

Ante tal crecimiento del TR, se ha incrementado el número de empresas dedicadas a la organización de congresos y eventos empresariales; sin embargo, muchas de ellas han sido creadas como una oportunidad de mercado y sin el apego a los requerimientos específicos del segmento y un modelo de negocio estructurado que permita su crecimiento, por lo cual su creación y desarrollo se realiza de manera empírica.

***Objetivo o propósito**

Construir un modelo sistémico de negocios para PyMES organizadoras de congresos y eventos empresariales en México, a fin de generar estrategias que les permitan a esas organizaciones crear ventajas competitivas y, por ende, valor económico.

***Problema de investigación**

En 1947 diversos países del mundo firmaron el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comerciales, teniendo como principal objetivo la reducción substancial de los aranceles aduaneros y barreras comerciales (OMC, 2013), lo cual conllevó al actual proceso de globalización, el cual se caracteriza por la apertura de los mercados a nivel mundial, así como el desarrollo de la tecnología para la comunicación y transportación.

Estos hechos han generado resultados positivos en el turismo al impulsar su desarrollo, generando un mayor movimiento de turistas alrededor del mundo; sin embargo, también ha producido efectos negativos al abrir la competencia por el mercado, ya no solo entre empresas nacionales sino entre empresas internacionales.

El TR no ha sido ajeno a estos efectos y ha presentado una gran competencia entre empresas de diversos países para la captación de eventos internacionales. En México las

empresas organizadoras profesionales de congresos y eventos empresariales han tenido que buscar su permanencia y crecimiento, compitiendo con las empresas nacionales y además internacionales; estas últimas se ven favorecidas por algunos escenarios como: (a) la excepción de Impuesto al Valor Agregado que el gobierno de México otorga a los eventos internacionales contratados directamente con proveedores finales o a través de una empresa organizadora de eventos extranjera y (b) preferencia de los clientes por contratar los servicios de organización de eventos con una empresa de su país. Por el contrario, las ventajas que tienen las empresas nacionales son: (a) mayor conocimiento del lugar en el que se realiza el evento, (b) relaciones con instancias gubernamentales que facilitan el desarrollo del evento y (c) oportunidad de obtener mejores costos.

Es claro que la competencia es cada vez mayor y que las empresas requieren estar constantemente bajo capacitación e innovación para poder subsistir. En la actualidad, es inexistente una certificación o regulación por la SECTUR, e inclusive a nivel mundial, que haga posible a las empresas organizadoras de congresos y eventos empresariales tener capacitación continua que permita su crecimiento, y a los clientes asegurarse de que están contratando un servicio de calidad.

Algunas de las certificaciones personales que ofrecen asociaciones no gubernamentales del TR en México, así como certificaciones y distintivos a las empresas que no son exclusivos de la actividad pero que ayudan a los clientes a evaluar la calidad de la empresa contratada, son:

- ISO 9000.

- Empresa Socialmente Responsable (ESR), otorgado por el Centro Mexicano de Filantropía.
- Great Place to Work (GPTW).
- Distintivo Moderniza (M), otorgado por la SECTUR.
- CertifiedMeetingsSpecialist, otorgado por la Universidad Iberoamericana (personal).
- Certified in Exhibition Management, concedido por la Asociación Mexicana de Profesionales de Ferias, Exposiciones y Convenciones (personal).
- Certified Incentive Specialist, otorgado por la Society of Incentive Travel Executives (personal).
- Certified Meeting Professional, concedido por el Convention Industry Council (personal)

Como ya se mencionó, las certificaciones anteriores no son empresariales y basan sus conocimientos en la operación y una pequeña parte en la comercialización del evento, pero es marcada la falta de preparación en la toma de decisiones para la alta dirección con base a datos financieros que permitan la permanencia, crecimiento a largo plazo y ventajas competitivas de las empresas organizadoras de eventos empresariales, incluso contra aquellas internacionales.

Por otra parte, es importante mencionar que en México la mayoría de las empresas que conforman al TR, al igual que en otros sectores, son PyMEs, por lo que se debe trabajar a la

brevedad, no sólo para evitar el fracaso de las mismas sino acelerar su crecimiento y nivel de competencia a nivel global.

En la actualidad, los gobiernos de países en desarrollo reconocen la importancia del fomento a la creación y desarrollo de este tipo de empresas, justificada por su contribución al crecimiento económico, a la alta generación de empleo, así como al desarrollo regional y local.

De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo (2013), las PyMEs constituyen más del 90% del tejido empresarial, generan el 73% de los empleos y 52% del PIB, razones indiscutibles para poner especial interés a estrategias que fomenten el desarrollo de estas empresas. Sin embargo, datos indican que 8 de cada 10 PyMEs no sobreviven más de dos años (Morales, 2011), principalmente porque muchas de ellas son empresas familiares que no cuentan con la preparación adecuada, bajos niveles de capacitación de sus recursos humanos, limitados niveles de innovación y desarrollo y acceso restringido a las fuentes de financiamiento, lo que conlleva su baja penetración en el mercado global y por tanto su extinción.

De hecho, el acceso al financiamiento ha sido identificado como uno de los más significativos retos para su supervivencia y crecimiento. Anteriormente no era necesaria la transformación continua de las empresas para poder subsistir; sin embargo, en la actualidad la rapidez de cambio en la tecnología, así como prácticas empresariales, obliga a las empresas a introducir programas de financiamiento, actualización tecnológica y capacitación continua, lo cual en la mayoría de las PyMEs no pueden soportar y tienden a su desaparición.

Lo anterior, aunado a que en la mayoría de las PyMEs, incluyendo las del TR, se emplean metodologías de trabajo con base a la experiencia, por lo que todos sus procesos de trabajo son llevados a cabo en forma empírica, haciendo que dependan completamente de las personas que los efectúan, y no de un modelo de negocios con planes de crecimiento a largo plazo basado en la situación financiera y contexto global, así como de sistemas tecnológicamente avanzados que aseguren su correcta ejecución y el logro de mejores niveles de calidad, productividad y competitividad.

Es claro que, en general, las PyME's carecen de un modelo de negocios formalmente definido, lo que no les permite desarrollarse más y en algunos casos puede generar su desaparición. Es por lo anteriormente planteado que nos conduce a la siguiente pregunta de investigación *¿Qué beneficios tiene la implementación de un modelo de negocios en las PyMEs turísticas, específicamente en las Organizadoras de eventos empresariales?*

B. DESARROLLO

***Metodología**

Metodología de Sistemas Suaves

La metodología de los sistemas suaves (SSM) es una metodología focalizada en el estudio de problemáticas o fenómenos de problemas donde existe un alto componente social, político y humano, comparación de los Sistemas duros, que se ocupan más de los procesos y la tecnología. Parte de la investigación acción en donde el investigador se vuelve un participante de la acción y el proceso de cambio se vuelve en el objeto de estudio. En este contexto el problema se relaciona con las manifestaciones del mundo real de los sistemas de actividad humana, caracterizado por un sentido de desajuste, que elude la dimensión

precisa entre lo que se percibe como la realidad y lo que se percibe que podría ser la realidad (Briones, 2011).

La figura 1 representa las siete etapas de la metodología, las cuales de acuerdo a Checkland (2001), están descritas en una secuencia lógica y no necesariamente en la secuencia en que se usa, tampoco se restringe su utilidad a la utilización de todos y cada uno de sus pasos, sino que se adaptan éstos y su secuencia a la situación a resolver.

La metodología contiene dos tipos de actividades, etapas 1, 2, 5, 6 y 7 son actividades del “mundo real”, las cuales necesariamente incluyen el factor humano en la situación del problema; las etapa 3 y 4 son actividades del “pensamiento sistémico” e involucran pensamiento de sistemas, por lo que requieren de la utilización de un lenguaje de orden superior o meta lenguaje.



Figura 1 Metodología de Sistemas Suaves

Fuente: *Checkland, 2001*

Adicionalmente, se utiliza el modelo de Administración Estratégica de David como una herramienta auxiliar para realizar el diagnóstico de la situación actual del sistema objeto de

estudio. David (2003) define la administración estratégica como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones interfuncionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivos. Ello implica integrar la administración, la mercadotecnia, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo y los sistemas computarizados de información para obtener el éxito de la organización.

En la figura 2 se muestra el modelo de Administración Estratégica de David (2003), el cual consiste en tres etapas: la formulación, implementación y evaluación de acciones que permitirán el logro de objetivos. La formulación de estrategias incluye la identificación de las debilidades y fortalezas internas de una organización, la determinación de las amenazas y oportunidades externas de una empresa, el establecimiento de la misión de la compañía, la fijación de objetivos, el desarrollo de estrategias alternativas, el análisis de dichas alternativas y la decisión de cuáles escoger. La implementación de estrategias requiere que la empresa establezca metas, diseñe políticas, motive a sus empleados y asigne recursos de tal manera que las estrategias formuladas puedan ser llevadas a cabo en forma exitosa. La evaluación de estrategias comprueba los resultados de la ejecución y formulación.

El modelo de planeación administrativa se basa en la creencia de que una organización debe verificar en forma continua los hechos y tendencias internas y externas. Tratar de llevar a cabo estrategias que obtengan beneficios de las fortalezas internas, que aprovechen las oportunidades externas, que mitiguen las debilidades internas y eviten o aminoren el impacto de las amenazas externas.

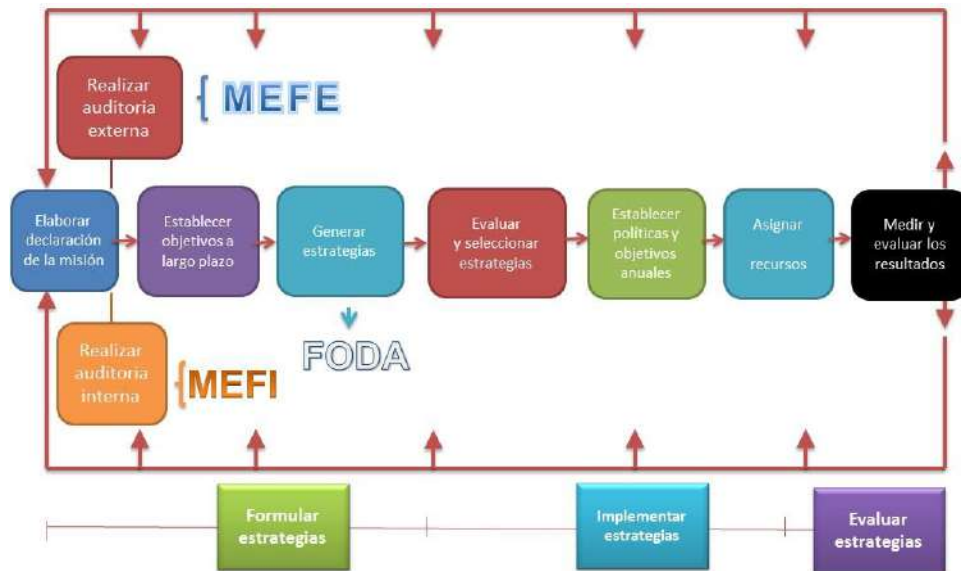


Figura 2 Modelo de Administración Estratégica

Fuente: *David, 2003*

***Resultados preliminares o finales**

La figura 3 representa el sistema objeto de estudio, la PyME Organizadora Profesional de Congresos y Eventos Empresariales en la cual se producen los procesos de transformación. El sistema se puede clasificar de acuerdo a la taxonomía de sistemas como un sistema viviente, abierto (sistema que cuenta con entradas y salidas), concreto (sus elementos son objetos y conceptos), con un objetivo asignado y socio-técnico (contiene elementos humanos, los cuales manejan los elementos técnicos).

Las entradas al sistema se presentan actualmente como información cuantitativa y cualitativa, tanto interna como externa, teniendo por resultado la organización de eventos como salida. Se busca que a través del diseño del modelo sistémico de negocios, se pueda obtener como salidas un mayor número de clientes, visión a mediano y largo plazo, lealtad al cliente y mayor participación de mercado, todo ello teniendo como entradas selectiva información cuantitativa y cualitativa, interna y externa.

La retroalimentación en el sistema, nos permitirá saber si se está cumpliendo con el objetivo planteado para el sistema, que en este caso, se refiere a la generación de valor económico para la empresa.



Figura 3 Sistema objeto de estudio

Fuente: *Elaboración propia*

- **Situación del Problema no estructurado**

De acuerdo a la Metodología de Sistemas Suaves de Checkland (2001), en la etapa 1, Situación del problema no estructurado, se realizó la descripción de la situación donde se percibe una problemática, sin hacer hincapié en el problema en sí, es decir, se presenta un primer acercamiento sin dar ningún tipo de estructura a la situación .

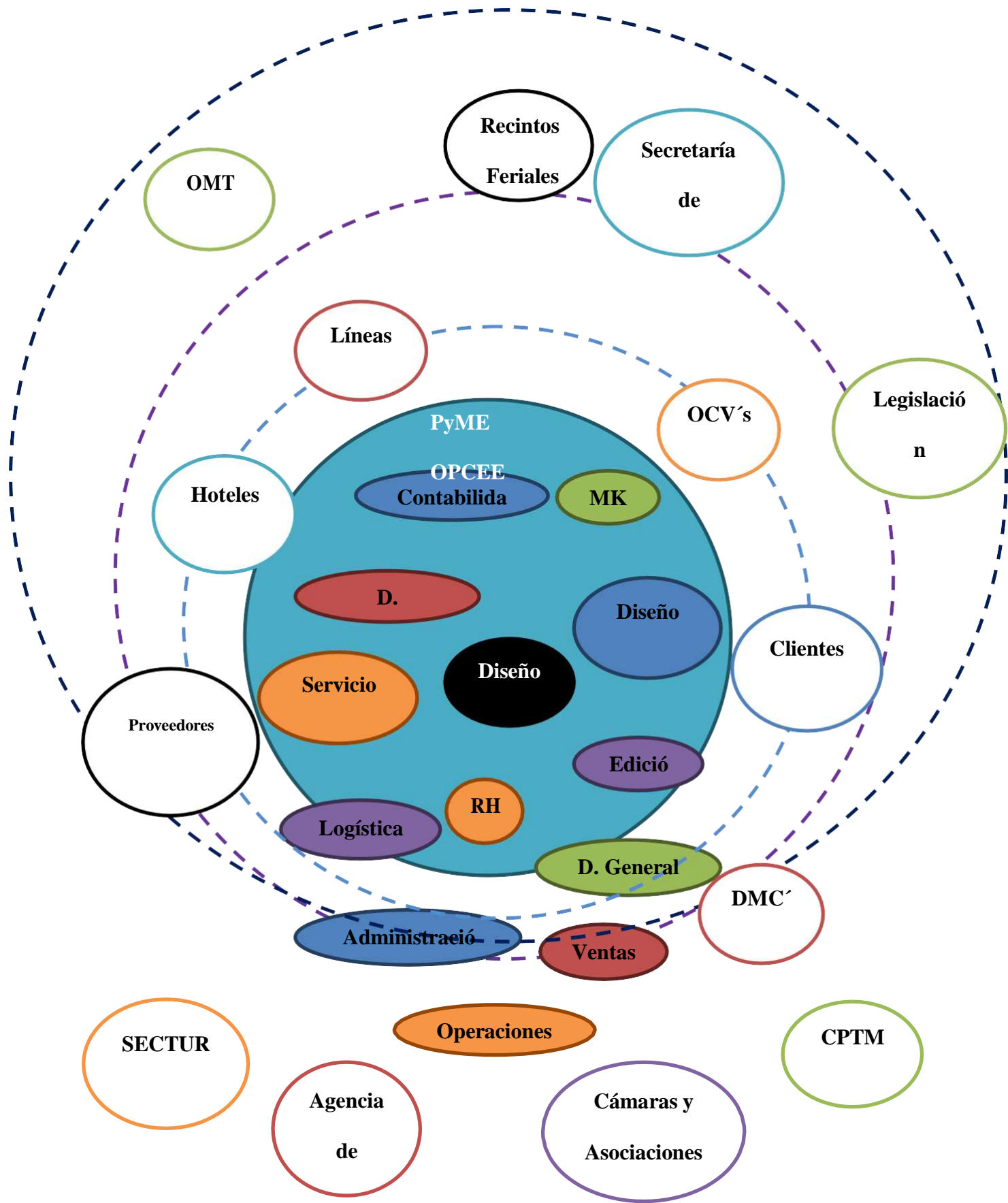




Figura 4 Situación del problema no estructurado

Fuente: *Elaboración propia*

En la Figura 4 se muestra en un holos como primer nivel a las PyMES Operadoras de Congresos y Eventos Empresariales como el sistema objeto de estudio, así como sus elementos que la integran.

Como segundo nivel recursivo se presentan los stakeholders, que son todos los agentes interesados en el desempeño de la empresa.

En el tercer nivel, se presentan los reguladores gubernamentales que intervienen en la operación de dichas empresas.

En el último nivel se muestran aquellos organismos internacionales, que aunque en la actualidad no se da de manera directa, influyen en la regulación y operación de las PyMES Operadoras de Congresos y Eventos Empresariales.













- **Situación del problema Expresado**

En la etapa de la situación del problema expresado se da forma a la situación del problema a través de visiones enriquecidas, las cuales describen la estructura organizativa, actividades e interrelaciones de estas. El objetivo, es acoger las anomalías presentadas en el sistema y relacionarlas con la problemática general.

En la figura 5 se muestra la situación del problema estudiado representado a través de íconos, los cuales se describen en la tabla 1. Esta figura expresa las relaciones entre los diferentes elementos del sistema y se enmarcan las relaciones de conflicto (visión rica).

En la Figura 6, se describen las relaciones que guarda el sistema objeto de estudio con los agentes externos y denota las relaciones de conflicto.

Tabla 1 Elementos del sistema

ÍCONO	ELEMENTO	ÍCONO	ELEMENTO	ÍCONO	ELEMENTO	ÍCONO	ELEMENTO
	PyME Organizadora Profesional de Congresos y Eventos Empresariales		Edición		Diseño Web		Agencia de Viajes
	Administración		Logística		Cámaras y Asociaciones		Líneas Aéreas
	Contabilidad		Mercadotecnia		Cliente		Oficina de Congresos y Visitantes

	Servicio al cliente		Operaciones		Consejo de Promoción Turística de México (CPTM)		Organización Mundial de Turismo
	Dirección Ejecutiva		Programación		Destination Management Company		Plan Nacional de Desarrollo
	Dirección General		Recursos Humanos		Hoteles		Proveedores
	Diseño Gráfico		Ventas		Legislación		Recintos FERIALES
	Secretaría de Turismo (SECTUR)						

Fuente:
propia

Elaboración

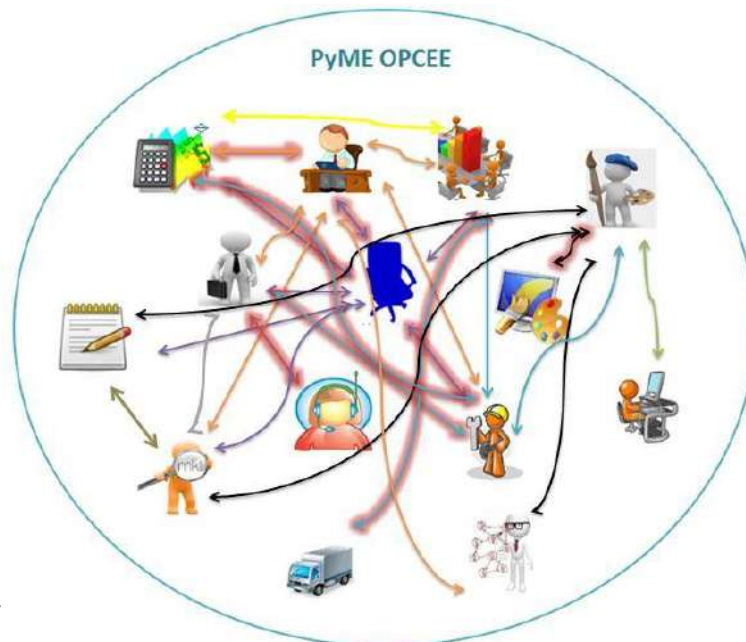


Figura 5 Visión Rica del Sistema y sus elementos

Fuente: *Elaboración propia*

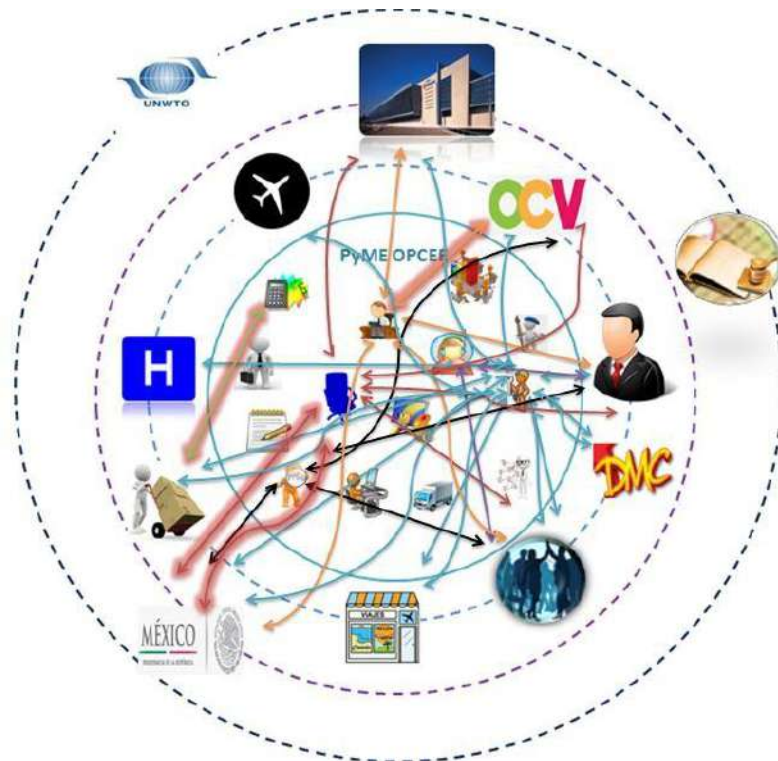


Figura 6 Visión Rica del Sistema y su entorno

Fuente: *Elaboración propia*

- Visión Rica

De acuerdo a lo mostrado en las figuras 5 y 6, las relaciones de conflicto identificadas en una empresa PyME organizadora de Congresos y Eventos Empresariales, son las siguientes:

Del Director General y el Director Ejecutivo con el área de contabilidad, debido a la falta de realización de presupuestos anticipados y asignación de recursos para pagos en tiempo.

El área de ventas con el área de operaciones, ya que generalmente prometen a los clientes servicios o costos que difícilmente se pueden realizar.

Logística con el área de administración, debido a la solicitud de requerimientos de manera precipitada.

El área de Ventas con Servicio al cliente, ya que no se da el seguimiento correcto a la venta y entregan la información extemporánea para que se puedan comunicar con el cliente y dar seguimiento a lo contratado.

Diseño web con diseño gráfico, ya que no hay una clara delimitación de las actividades a realizar por cada una de las áreas.

El Director General con el Director Ejecutivo por la discrepancia en la toma de decisiones y proyectos.

En cuanto al contexto, también se encontraron diversas relaciones de conflicto entre la empresa y las organizaciones con las que interactúa, dichas relaciones son:

El departamento de contabilidad con los proveedores, ya que el proceso de pagos no realiza en tiempo.

La Dirección General y Ejecutiva con las Oficinas de Congresos y Visitantes, así como con las instancias gubernamentales, debido a la falta de apoyo para la licitación de más eventos internacionales.

Por otro lado, se ha detectado la falta de relación con la Organización Mundial de Turismo, organismo rector en la actividad y una falta de legislación que cubra el Turismo de Reuniones.

- Administración estratégica

A continuación se presenta el resultado de la auditoria externa e interna, etapas del modelo de Administración Estratégica de David para permitir a una PyME organizadora profesional de congresos y eventos empresariales cumplir con sus objetivos.

-Auditoria Externa

En la tabla 2 se presentan la matriz de evaluación de factores críticos de éxito externos de una PyME operadora de congresos y eventos empresariales, en la cual se asignan valores de peso de 0.01 hasta 1.0, de acuerdo a la relevancia y una calificación de 1 a 4 dependiendo si la oportunidad o amenaza es muy importante, posteriormente, se multiplica el peso por la ponderación para obtener el peso ponderado de cada factor.

Al final, se realiza la sumatoria del peso ponderado en el cual un resultado 4.0 indicará que una empresa compite en un ramo atractivo y que dispone de abundantes oportunidades externas, mientras que un resultado 1.0 mostraría una organización que está en una industria poco atractiva y que afronta graves amenazas externas. En este caso, el resultado total ponderado de 2.68 muestra que esta empresa compite en una industria que esta apenas por encima del promedio en cuanto a atractivo general.

Tabla 2 Matriz de evaluación de Factores Externos (*Elaboración propia*)

Factores críticos de Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
OPORTUNIDADES			
Asignación de presupuesto para Congresos y Eventos Empresariales.	0.06	4	0.24
Demanda de servicios profesionales en la organización de congresos.	0.06	4	0.24
Derrama económica del turista de reuniones contra la del Turista promedio.	0.05	3	0.15
México como economía estable.	0.06	4	0.24
Atractivos turísticos para atracción de Congresos y Eventos Empresariales.	0.07	4	0.28
Infraestructura y planta turística en los destinos de Congresos y Eventos Empresariales.	0.08	4	0.32
Promoción gubernamental en ferias especializadas y visitas de estado.	0.05	4	0.2
Asistencia de prestadores de servicios turísticos a ferias especializadas.	0.06	4	0.24
Oferta de software especializado en Congresos y Eventos Empresariales.	0.03	3	0.09
Uso de la tecnología en la logística de los eventos.	0.03	3	0.09
AMENAZAS			
Poca contribución del Turismo de Reuniones al PIB turístico y	0.05	1	0.05

nacional.			
Eliminación de exención de IVA a Congresos y Convenciones.	0.03	1	0.03
Eliminación de exención de IVA a transportación terrestre y aérea de pasajeros.	0.05	1	0.05
Imagen del turismo como generador de contaminantes.	0.02	2	0.04
Inseguridad, narcotráfico y corrupción	0.08	1	0.08
Regulación de SECTUR a empresas organizadoras de Congresos y Eventos Empresariales.	0.05	1	0.05
Turismo de Reuniones como prioridad para el gobierno Federal.	0.05	1	0.05
Seguimiento sobre desarrollo de Turismo de Reuniones.	0.04	2	0.08
Eficiencia de la cadena de suministro	0.08	2	0.16
TOTAL	1		2.68

Fuente: *Elaboración propia*

2.4.3 Auditoria Interna

En la tabla 3 se presentan la matriz de evaluación de factores críticos de éxito internos realizadas a una PyME operadora de congresos y eventos empresariales, en la cual se asignan valores de peso de 0.01 hasta 1.0, de acuerdo a la relevancia y una calificación de 1 a 4 dependiendo si la fortaleza o debilidad es muy importante, posteriormente, se multiplica el peso por la ponderación para obtener el peso ponderado de cada factor.

Al final, se realiza la sumatoria del peso ponderado en el cual se obtiene un resultado de 1.0 a 4.0, donde los resultados mayores de 2.5 indican a una organización poseedora de una fuerte posición interna, mientras que aquellos menores de 2.5 muestran una organización con debilidades internas.

Se puede observar que el resultado del peso ponderado en este estudio es de 2.61, lo que indica que es una empresa que posee mayores fortalezas internas.

Tabla 2.4 Matriz de evaluación de Factores Internos

Factores críticos de Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
FORTALEZAS			
Disposición del personal para contribución de las metas.	0.08	4	0.32
Captación de clientes y crecimiento en ventas.	0.12	4	0.48
Obtención de más ganancias.	0.10	3	0.30
Participación en nuevos mercados	0.08	4	0.32
Financiamiento a través de proveedores.	0.08	4	0.32
Precios competitivos.	0.06	4	0.24
Implantación de CRM especializado.	0.05	4	0.20
DEBILIDADES			
Procesos de operación.	0.08	1	0.08
Integración interdepartamental para lograr objetivos.	0.07	1	0.07
Capacitación al personal.	0.05	1	0.05
Sueldos y prestaciones para los colaboradores.	0.05	1	0.05
Administración de recursos.	0.08	1	0.08
Establecimiento de metas formales.	0.10	1	0.10
TOTAL	1		2.61

Fuente: *Elaboración propia*)

Conclusiones y discusiones

En la actualidad es necesario para las empresas ya no solo contar con productos de calidad para ayudar su permanencia, sino con un modelo de negocio como generador de valor para el cliente, y por supuesto para sus accionistas, a fin de mantenerse y ganar mayor participación en su mercado. Un modelo de negocio permite conocer el posicionamiento de la empresa, las estrategias tomadas para llegar él y la ventaja competitiva que hará la diferencia entre la empresa y el mercado (Ricart, 2009).

Es por ello que en la presente investigación se busca desarrollar un Modelo Sistémico de Negocios aplicable a las PyMEs organizadoras profesionales de congresos y eventos empresariales, que ayude a su operación de manera integral y un crecimiento mayor a lo presentado actualmente, basado en la toma de decisiones con análisis financieros que permitan una visión proactiva de la empresa a largo plazo.

Debido a la magnitud e interdisciplinariedad que conlleva la operación de las PyMEs en el Turismo de Reuniones, la investigación se desarrolla con una visión holística desde el enfoque de la Sistémica, debido a su capacidad de estudiar el sistema como un todo y abarcando su complejidad (Gigch, 2006), lo que permitirá el estudio no solamente de la problemática dentro de la empresa, sino los factores externos que en ella inciden, así como los efectos generados por la falta de planeación a largo plazo.

En específico, se utiliza la Metodología de los Sistemas Suaves de Peter Checkland, en la cual el investigador se vuelve un participante de la acción y el proceso de cambio se vuelve en el objeto de estudio (Checkland, 2001).

Aplicando el modelo a una empresa, se pretende evaluar su funcionamiento y detectar y corregir errores, a fin de ser aplicable en cualquier empresa similar dentro de México y que

esto a su vez fortalezca el crecimiento de los beneficios de este segmento turístico en el país.

C. FUENTES DE CONSULTA

Acerenza, M.A. (1991). *Administración del turismo*. Trillas. México.

AIEST (1996) *Globalisation and tourism*. St.Gall. Vol. 38

Arnold, M.; Osorio, F. (1998) *Introducción a los conceptos básicos de la teoría general de sistemas*. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales, Universidad de Chile. Chile.

Bertalanffy, L. (2006) *Teoría General de los Sistemas*. Fondo de Cultura Económica. México.

Briones, A. (2011) Modelo Socio-Técnico de Calidad para el mejoramiento integral de los servicios de los hoteles Gran Turismo de la Ciudad de México. México.

Cárdenas, M. (1999). *Enfoque de Sistemas. Estrategias para implementación*. ICG

Carlson, J. (1999) *A Systems Approach to Island Tourism Destination Management*. Research Paper School of Marketing and Tourism. Australia

Carrizo, A.; Vieira, A. (2009). Turismo de eventos: Desafíos estratégicos de la Ciudad de João Pessoa, *Cuadernos de Turismo*, (Brasil). Recuperado el 04 de abril de 2013, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39811874002>

CEPAL (2013) *Como mejorar la competitividad de las PyMES en la Unión Europea y América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas, Chile.

CESTUR (2002). *Estudio Estratégico de Viabilidad del Segmento de Congresos y Convenciones*. Recuperado el 21 de marzo de 2013, de:

http://cestur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/productos/Estudio_Convenciones.pdf

CESTUR (2004). *Análisis de temas seleccionados del segmento de congresos, convenciones y ferias especializadas en México*. Recuperado el 21 de marzo de 2013, de:

<http://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/001979Pri0000.pdf>

CESTUR (2011). *La Relevancia económica de las Reuniones en México*. Recuperado 03 de abril de 2013, de:

<http://cestur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/productos/relevaciaeconomica>

Checkland, P. (2001) *Systems Thinking, Systems Practice*. Wiley, USA

[CNET \(2013\) *Panorama de la Actividad Turística en México*. CNET. México.](#)

[Compeán, F. \(2010\) *Las 15 cosas básicas del turismo de reuniones*.](#)

Convention Industry Council (2011). *The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy*. CIC. USA

[David, F. \(2003\) *Conceptos de Administración Estratégica*. Pearson Educación. México.](#)

Diario Oficial de la Federación (2005). *Política Pública sobre congresos, exposiciones, convenciones, viajes de incentivo y ferias*. Recuperado el 21 de marzo de 2013, de:

[http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PE/APF/APC/SECTUR/Acuerdos/24112005\(1\).pdf](http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PE/APF/APC/SECTUR/Acuerdos/24112005(1).pdf)

[Gigch, J. \(2006\) *Teoría General de Sistemas*. Trillas, México.](#)

[Gobierno de la República \(2013\) *Plan Nacional de Desarrollo*. México.](#)

[Ibañez, R. \(2011\) *Globalización en el turismo: importancia y retos del turismo deportivo, contexto nacional e internacional*. México](#)

INEGI (2006) *Micro, pequeña, mediana y gran empresa*. INEGI. México

- International Congress and Convention Association (2012). *Statistics Report 2002-2011*,
International Association Meetings Market. ICCA, Netherlands.
- Jiménez, A. (2005) *Una aproximación a la Conceptualización del Turismo desde la Teoría General de Sistemas*. Porrúa. México.
- Lemaire, C.; Foster-Walker, M. (2006) *Como establecer un negocio de organización de eventos*. CECSA, México.
- López, G.; Tan, H. (2010) *Evaluación de Impacto de los Programas para PyME Latinoamérica y el Caribe*. Banco Mundial, USA.
- Molina, S. (1991) *Conceptualización del Turismo*. Limusa. México.
- Morales, I. (2011) *Las PyMES en México, entre la creación fallida y la destrucción creadora*. UNAM, México.
- Munch (2006) *Fundamentos de Administración*. Trillas. México.
- OCDE (2011) *Estudios Económicos de la OCDE: México 2011* OCDE. México
- Organización Mundial de Turismo (2006). *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry - Developing a Tourism Satellite Account Extension*. UNWTO, España.
- Organización Mundial de Turismo (2013). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. UNWTO, España.
- Osterwalder (2009) *Business Model Generation*. Netherlands.
- Panosso, A. (2007) *Filosofía del turismo, una propuesta epistemológica*. Universidad de Sao Paulo. Brasil.
- Ponce, M. (2006). *Las administraciones ante el turismo de reuniones y congresos en Murcia*. *Papeles de Geografía*. 95 -118. Recuperado el 06 de abril de 2013, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40704406>

- Porter, M. (2010) *Estrategia Competitiva*. Grupo Editorial Patria, México.
- Ricart, J. (2009) *From Strategy to Business Models and to Tactics*. Working Paper 10-036. Harvard Business School.
- Ropohl, G. (1999) *Philosophy of Socio-Technical Systems*. University of Frankfurt, Alemania.
- Sánchez, B. (2005) *Notas del curso: Metodología del Enfoque de Sistemas*, UACM, México.
- Scheel, C. (2012) *El enfoque sistémico de la innovación: ventaja competitiva de las regiones* Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal Sistema de Información Científica, Estudios Gerenciales, vol. 28. Colombia.
- Sussman, J. (2010) *Teaching about Complex Sociotechnical Systems (CSS)*. ESD Working papers series, MIT. USA.
- Tan, H.; López, G. (2007) *Evaluando los programas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas en México*. Banco Mundial, USA.
- Trist, E. (1981) *The evolution of socio-technical systems a conceptual framework and an action research program*. Ontario Ministry of Labour, Canadá.
- Troncale, L. (1978) *Linkage propositions between fifty principal systems concepts*. In Applied General Systems Research. NATO Conference Series II: Systems Science , G.J. (Ed.) Plenum Press
- Visit Denmark (2012). *The Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark*. Visit Denmark, Denmark.
- Warfield, J.(2008) *An introduction to Systems Science*. World Scientific Publishing Co. USA
- Weaver, D.; Lawton, L. (2002) *Tourism Management*. Wiley, Australia

Wilson, B. (1990) *Systems: Concepts, Methodologies and Applications*. 2da edición. Wiley.

USA.

Yarto, E. (2007). *Turismo de convenciones, incentivos, congresos y exposiciones*.

Trillas, México.

Trabajo Decente: El rol del aumento de empleo a nivel local en el Municipio de Mineral del Monte

Mtra. Angélica Ruth Terrazas Juárez.

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Dra. Erika Cruz Coria.

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Resumen

Este proyecto evalúa la relación entre redes y empleo de calidad el cual es centrado localmente en el municipio de Mineral de la Reforma, Hidalgo, México, y que en este sentido operan en la actividad turística de esta región.

El marco teórico se basa en la teoría de redes, la calidad y en la noción de Trabajo Decente, para evaluar la cantidad y calidad del empleo, es decir, su dignidad, ya que dicha información es secundaria y primaria.

El análisis se estructura en tres partes: la parte macro, que estudia el impacto del actual patrón de crecimiento en los cambios del empleo en donde el turismo y las actividades asociadas evidencian cambios ocupacionales, la parte intermedia, a través de la teoría de redes nos acerca al conocimiento descriptivo de los actores involucrados en la planta turística de Mineral del Monte lo que permite reconstruir el mapa de relaciones entre las empresas locales y el factor humano, y la parte micro

en el que se analiza una red específica de prestadores y su implicación en la generación de empleo de calidad.

Palabras clave: Trabajo Decente, Teoría de Redes y empleo de calidad.

Introducción.

Este proyecto se propone comprobar la relación entre la existencia de redes y la creación de empleo de calidad, en este caso en el sector turístico, para la cual, el primer paso es constatar la existencia formal e informal de redes entre los actores del sector.

Durante 2004 y 2010 se registró de acuerdo a estimaciones oficiales, una importante recuperación del empleo a nivel local, es por eso que en ese periodo se hace referencia este trabajo lo que permite preguntar si en la actividad bajo análisis, los nuevos puestos de trabajo son el resultado de la competitividad sistémica del turismo y si sus estándares de calidad responden a los paradigmas del Trabajo Decente, es decir, si se refieren a ocupaciones justamente remuneradas, que se ejercen en condiciones de libertad, equidad, seguridad y respeto a la dignidad humana (Somavía, 1999).

Cuando hablamos de redes, se va a referir al conjunto de relaciones empresariales dentro de un espacio económico, de intercambio de distintos activos, tanto tangibles como intangibles que implican externalidades positivas, procesos de aprendizaje sistémicos y una mayor competitividad de los servicios turísticos y que va a favorecer el Trabajo Decente.

La investigación es descriptiva con la utilización de métodos cuantitativos y cualitativos y se busca aportar conocimiento al desempeño económico y social local, y reflexionar sobre la correlación entre competitividad sistémica y Trabajo Decente.

Esquema del documento:

El trabajo consta de tres partes. El primero consta de las premisas analíticas en las cuales se enmarca el estudio, como así también el análisis macro, donde describimos el patrón de crecimiento nacional con el local (Mineral del Monte), con énfasis en las implicancias de los cambios recientes sobre el empleo.

La segunda parte se refiere al análisis de la actividad turística donde se aborda las características de la planta de prestaciones en Mineral del Monte, esta primera aproximación permitirá obtener elementos para detectar comportamientos tendientes a la cooperación, a partir de la identificación de las estrategias empresariales, además se incluye el comportamiento del mercado de trabajo actual a través de entrevistas, para obtener una información amplia de la situación laboral donde se involucran los actores de la investigación y así constatar las relaciones entre prestadores.

La tercera parte se realiza un estudio de casos que nos resulta ilustrativo para cumplir con este proyecto, evaluando las implicaciones sobre el empleo en un escenario de asociatividad.

Primera Parte

Elementos de análisis de redes y el fenómeno colaborativo

La Teoría de Redes nos permite captar la totalidad de relaciones existentes, más allá de las que formalmente pueden darse dentro de un sector, este marco se extiende hacia la multiplicidad de ramas en que pueden interactuarse en este caso, el sector turístico. La Teoría de Redes incorpora en el análisis empresarial al contexto, como “una red de otras organizaciones” incluyendo los proveedores, consumidores de recursos y productos, agencias reguladoras y otros competidores (Nohria, 1992), y permite comprender la

horizontalidad que caracteriza al paradigma vigente de organización de la producción (Bisang, Sztulwark y Yoguel, 2004).

Estos autores entienden por red o planta al conjunto de relaciones empresariales al interior de un espacio económico, donde se intercambian bienes y servicios tangibles e intangibles –flujos de información, experiencias productivas, conocimientos- que infieren en la creación de competencias, su desarrollo y en cambios técnicos. Estas vinculaciones, ya sea formalizadas contractualmente o no, facilitan los procesos de coordinación, mejoran la especialización y división de las actividades y con ello se logra un espacio de generación de ventajas competitivas genuino.

En la literatura encontramos diferentes denominaciones de configuraciones de redes en correspondencia a sus particulares dinámicas y comportamientos (Artesi, 2002; Szarka 1998) de acuerdo a:

- El grado de formalidad (en este caso puede ser a personas o empresas).
- Tipo de agente intervinientes
- Centralidad y horizontalidad de las relaciones
- Implicancia del territorio
- Funcionalidad y objetivos a cumplir
- Temporalidad

Podemos diferenciar así clúster, distritos, filiales y sistemas económicos desarrollados cuyas definiciones se pueden observar en el Anexo 1.

En general, en el tema referente a redes se plantea inicialmente un análisis de los objetivos subyacentes o factores que infieren en la cooperación empresarial. Además se enfoca en la descripción de la estructura y reglas de gobernabilidad que se presentan.

La perspectiva de análisis planteada nos exige entonces introducirnos en el pensamiento económico que estudia el comportamiento empresarial en cuanto a la cooperación y la racionalidad subyacente.

En este sentido, nos apoyamos en aquellas líneas que enfatizan cómo en la toma de decisiones de los agentes económicos (empresarios) entran en juego elementos y conceptos que explican las relaciones entre ellos, como son el medio ambiente diferente, la incertidumbre y la falta de información completa sobre factores claves o el rol del agente principal, que amplía la visión ortodoxa de la economía, (Williamson, 1975; Coase 1937, O'hame 1989; Julian 1998).

En vista de que el estudio se plantea con un fuerte posicionamiento en lo local, además de la conducta de los agente, se remite este proyecto a la conducta de los agentes, el territorio en el contexto del desarrollo económico y de la organización productiva.

1.1 La calidad de las redes

En la sustentabilidad de las redes, es importante evaluar su factibilidad desde el paradigma del capital social de las empresas (Atria y Silies, 2003; CEPAL 2007; Pozas, 2006). El mismo explica la importancia que tienen las bases de confianza y reputación para el éxito de las instancias cooperativas, ya que inciden en su estabilidad interna, así como la posibilidad de consenso entre las partes y la flexibilidad en la toma de decisiones.

Estos elementos arriba mencionados, ofrecen pautas que nos permiten reconocer las plantas del turismo local, permitiendo las características de los mismos, y desde ahí la relación con la creación de empleo de calidad, es importante destacar que es de utilidad el enfoque de la Teoría Schumpeteriana y evolucionista, (Yoguel, 2000b; Nonaka Takeuchi, 1999), ya que desde esta perspectiva, la calidad de las redes dependerá además del grado de integración

de los componentes y de los vínculos, de las actividades innovativa y los procesos de aprendizaje sistemáticos que se desarrollen en su interior, (Bisang, Sztulwark y Yoguel op.cit). Esto exige una consideración diferente del conocimiento como factor de producción, de la tecnología y el entendimiento de la lógica de los procesos de aprendizaje de los individuos, y a partir de allí las organizaciones.

Esto es, el conocimiento, al ser creado por los individuos, pasa a formar parte de la red de conocimientos en las organizaciones atravesando los niveles intra e interorganizaciones, (Nonaka Takeuchi, op. Cit). La interpretación incluye el análisis de las capacidades existentes y las que los individuos incorporan por su contacto permanente con la actividad productiva y las tecnologías. Así se generan las mejoras en la productividad del trabajo a partir de innovaciones incrementales.

En general, la Teoría de Redes, es el punto de partida que nos permitirá en este estudio captar las externalidades positivas con relación a las características de los puestos de trabajo. Por ello, se incorporan las distintas visiones que dan herramientas, una vez reconocida la planta, para un mayor conocimiento de la misma.

2. Trabajo decente: categoría analítica para evaluar las implicancias de las redes sobre cuestiones de empleo.

En esta interrelación: redes y empleo nos interesan aquellos que son de calidad; para determinar este atributo partimos del concepto de Trabajo Decente, principio formulada por Organización Internacional del Trabajo (OIT), que se define como aquella ocupación de calidad que es justamente remunerada y que se ejerce en condiciones de libertad, equidad, seguridad, y respeto a la dignidad humana (Somavía, 1999).

El trabajo Decente, también denominado Trabajo Digno, es un nuevo punto de partida que se contrapone a las versiones del “fin del trabajo” a partir de la revalorización del sentido social del mismo. Desde esta perspectiva existirán réditos en la creación de puestos de calidad de los cuales se verán beneficiados tanto trabajadores como empleadores. Tener un trabajo decente hace referencia a una “ocupación que satisface por sus resultados y por las condiciones en que se realiza”, tanto por su cantidad como su calidad (Lanari, 2003).

Egger y Segenberger (2002) establecen diez criterios para describirlo, que parten desde las oportunidades de acceso al mercado de trabajo, distinguiendo por quiénes lo realizan y en qué condiciones ambientales y humanas; los beneficios económicos a los que permita acceder, hasta las motivaciones y posibilidades de realización progresiva tanto personal, profesional, familiar y del colectivo de los trabajadores que los desempeñan.

Desde esta visión, se rescata el ambiente y los actores como condicionantes de la calidad del empleo, es decir, la calidad de la red (virtuosidad y complejidad en términos de capacidad innovativa, organización del trabajo, generación de acuerdos consensuados y el desarrollo de los procesos de capacitación) influiría en la existencia de empleos de calidad, es decir, empleos dignos. En la misma línea, el perfil de actores, sus posiciones jerárquicas en la red y el control sobre los nodos relevantes (grandes empresas locales, Pymes, o empresas públicas), también actúan para definir las características del empleo.

En relación con lo antes dicho Bisang, Sztulwark y Yoguel (op.cit) postulan que la existencia de redes de calidad contribuiría a la generación y mejora de calidad de los puestos de trabajo. En primer lugar, por una mejora en la productividad gracias a la adopción, dentro de la red, de innovaciones de productos, procesos y mejoras de calidad que reducen costos unitarios y permiten ampliar significativamente mercados, principalmente externos, por lo que se pueden generar nuevos puestos.

En segundo lugar, los procesos de aprendizaje y organización del trabajo al interior de las redes introducen cambios en la forma en que se formulan los contratos y los incentivos implícitos. Esto favorecería una gestión de las relaciones laborales con mayor nivel de desarrollo. Así, la existencia de redes dinámicas, conllevaría a pautas de contratación del factor trabajo, como en los otros ámbitos transaccionales, precisos, claros y mejores¹¹.

Así mismo, los trabajadores insertos en redes de calidad, requieren un constante desarrollo de sus competencias y su capacidad innovativa, favoreciendo la posibilidad de realización profesional e individual, uno de los elementos que hacen a la dignidad de los puestos de trabajo. En relación a esto, y en términos del desarrollo teórico de Yoguel (2000), este tipo de trabajador cuenta con un capital (*know how*, habilidades, aptitudes y actitudes) que lo convierte en activo específico para la empresa y exige éstas, como herramienta de apropiación de ese conocimiento tácito, ofrecer condiciones laborales adecuadas y permanentes para consévalos.

Por lo tanto, los trabajadores que se desempeñan en organizaciones de calidad en donde se llevaran adelante procesos innovativos en su actuación en redes, presentarán mejores ingresos potenciales además de mayores posibilidades de realización profesional y estabilidad laboral debido a la mejor estipulación de contratos laborales y al capital de conocimientos tácitos y capacidades con las que cuentan.

¹¹ Como desarrollan Yoguel et al. (2003) la tecnología de la gestión social es a su vez indicador de la virtuosidad de las redes.

Capítulo 2.

Estructura productiva local y su dinámica de crecimiento

En este contexto, este trabajo se centra en el municipio de Mineral del Monte, perteneciente al estado de Hidalgo, este municipio, su origen desde el punto de vista de atracción de fuerza de trabajo fue la minería, y que se retomará para esta investigación desde un dominio empresarial minero que data del siglo XIX.

La minería fue la actividad predominante en la economía mexicana, ya que pequeñas sociedades y grandes empresas explotaron la riqueza mineral del país, aunque la mayoría de estas empresas fueron de capital extranjero dominaron en la primera mitad del siglo y en los últimos decenios, y las de capitales nacionales destacaron en el periodo intermedio (Ruiz de la Barrera, 1997).

La empresa minera desempeñó un papel protagónico en la historia de la minería de Pachuca y Real del Monte en el siglo XIX, la cual coincide con el dominio de una empresa de gran tamaño de origen inglés, la Compañía Minera de Real del Monte y Pachuca (Herrera, 1979a), propiedad de capitales de origen distinto: de 1825 a 1849: Británico; 1850 a 1906: Mexicano y de 1906 hasta 2007: norteamericano.

Más de 80 años, la Compañía de Real del Monte (CRM), se distinguió por una empresa explotadora en oro y plata en la región, principalmente más del 50% provenía de los distritos mineros de Pachuca-Real del Monte y Mineral del Chico. En 1850, Pachuca-Real del Monte contribuyó más de una cuarta parte del total de la plata mexicana producida. (Herrera, 1979a: 103, Herrera y Ortiz, 1994:31).

Elementos del espacio geográfico de Mineral del Monte

El medio natural

Real del Monte¹², se fundó en el clima de una serranía a 2,750 msnm, con un territorio abrupto donde se combinan la sierra agreste, de un sistema montañoso denominado Sierra de Pachuca, que atraviesa los distritos de Actopan y Atotonilco El Grande, integrando con la Sierra Madre Oriental el cual forma parte del distrito minero de Pachuca-Real del Monte, que abarca un área aproximada de 130 km² en la parte centro-meridional del Estado de Hidalgo, y corresponde a la parte oriental del distrito minero (Geyne et al., 19653:3), por lo cual se considera de acuerdo con su posición topográfica, una de las localidades habitadas más elevadas sobre el nivel del mar en el país. Delimitan la zona de estudio las coordenadas geográficas 20°05" y 20°15" latitud norte y 98° 30" y 98° 45" longitud oeste. Mapa 1. El marco natural en que se localiza Real del Monte es notable por su altitud y por el contraste de los paisajes derivados de la presencia de las montañas, y de climas frío, templado y seco. Mineral del Monte y el distrito minero, en conjunto con la sierra de Pachuca, pertenecen a la provincia fisiográfica denominada Sistema Volcánico Transversal, al cual denominan Eje Neovolcánico y se localizan en su límite septentrional. Esta provincia se encuentra sobrepuesta a la provincia colindante de la Sierra Madre Oriental, que comienza a poca distancia al norte de la Sierra de Pachuca, la cual, además delimita a la cuenca de México en su extremo noreste. (Salas 1975; Salas et al., 1988).

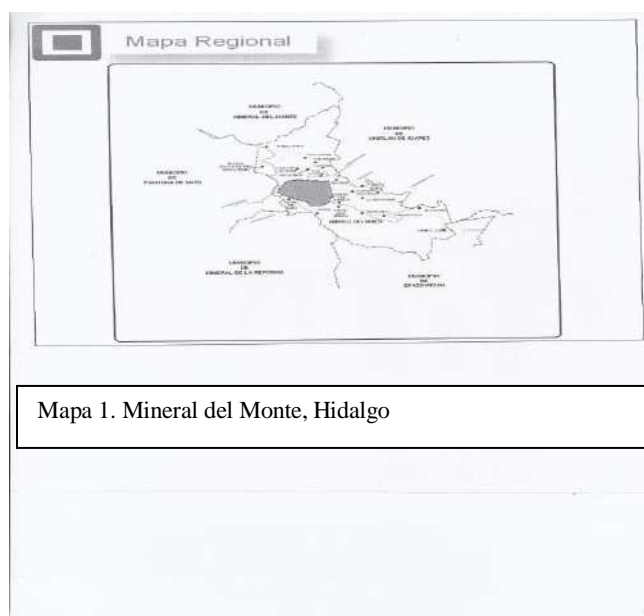
La sierra presenta algunas partes muy escarpadas y se caracteriza por sus pináculos o picos.

Las cumbres principales más cercanas a Real del Monte son: la Peña del Zumate, distante a

¹²El término "real" fue derivado de realeza y que fue aplicado a un distrito minero, principalmente donde había minas de plata, pero desde la revolución lo ha sustituido el título de "mineral". (Lyon, 1984:219).

4 km al norte de la localidad, y la Peña del Águila, 3 km al sureste, ambas alcanzan 3,049 m msnm, respectivamente (Geyne et al., 1963:9).

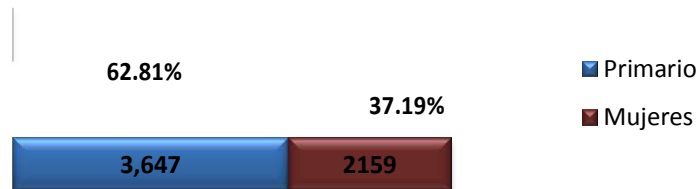
Real del Monte ha sido la región minera del centro del país, principalmente de cuarzo, pirita, calcita y sulfuros argentíferos con plata y oro (Geyne et al., 1963:138). La mineralización principal es de plata, que se presenta en forma de acantita y argentita, con cantidades menores de otros minerales, encontrándose generalmente entre los 300 y 1,000 metros de profundidad (Salas, 1975:149).



El medio socioeconómico

Según estimaciones de INEGI realizadas en el año 2010, la población económicamente activa del municipio de Mineral del Monte está integrada con una población de 5,806 habitantes, representando el 53.74% de la población estatal; de los cuales el 62.81% los hombres representan la población económicamente activa y el 37.19% las mujeres. (Fig. 1)

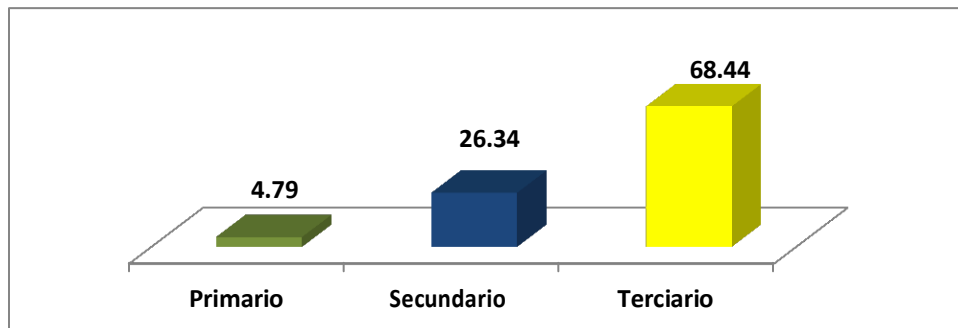
Fig. 1. Población Económicamente Activa



De los cuales se distribuye de la siguiente manera: Sector primario 4.79%, sector secundario el 26.34% y el sector terciario 68.44%.

La población que percibe menos de 2 salarios mínimos es la que más predomina es un 62.9%, seguida de las que percibe entre 2 y 6 salarios mínimos que representa el 28.7% de la población económicamente activa municipal. Fig. 2.

Fig. 2. Población Económicamente Activa por sector



La estructura de las actividades responden a la siguiente participación: el sector primario aporta en agricultura y ganadería: maíz de grano con 424 hectáreas sembradas, le sigue la avena forrajera con 76 has. y 19 en maguay pulquero. (SAGARPA, 2010). En cuanto a población ganadera, avícola y apícola destaca el bovino, porcino, caprino, ovino, aves de corral y colmenas.

El sector secundario, en el que destacan las manufacturas, Mineral del Monte cuenta con 67 Unidades económicas que representa el 0.69% del estado, involucrando 167 personal ocupado 0.19%; el remunerado 0.11%, lo que genera la producción bruta total en miles de pesos de 8 073 de acuerdo a los Censos Económico 2009. INEGI.

Como se menciona en párrafos anteriores, la minería fue una característica de este municipio y sus características económicas seleccionadas de esta actividad, cuenta con 8 unidades económicas representando el 8.42% estatal, con personal ocupando dependiente de la razón social de 31 y teniendo una producción de 3,864 bruta total en miles de pesos, de acuerdo a los Censos Económico 2009. INEGI.

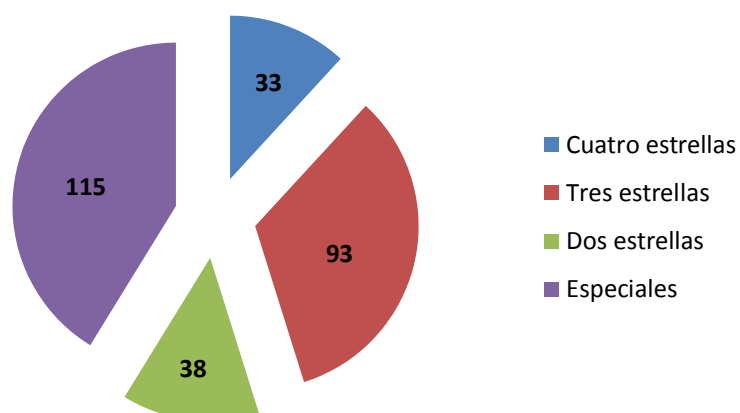
En cuanto al sector terciario, es decir, servicios y especialmente el turismo, entendido éste como prestaciones que se brindan a través del comercio, la gastronomía y la hotelería.

Mineral del Monte referente al comercio, abasto y servicios, el municipio cuenta con 3 mercados públicos.

Mientras tanto que el sector de comunicaciones, el municipio de acuerdo al Anuario Estadístico del Estado de Hidalgo, edición 2013, cuenta con 9.0 kms. de troncal federal; 43.0 kms. de alimentadoras estatales, 25.2 de brechas rurales y 14.6 brechas mejoradas.

En cuanto a Turismo, por ser catalogado como Pueblo Mágico en 2004 y con datos de INEGI, cuenta con: 279 cuartos de hospedaje, distribuidos como se muestra en la fig. 3.

Fig. 3. Categorización de establecimientos de hospedaje



En cuanto al sector de establecimientos de alimentos y bebidas, cuenta con 30 restaurantes y 2 bares de acuerdo al Anuario Estadística del Estado de Hidalgo, edición 2013.

Mercado de trabajo

En lo que se refiere a los principales indicadores del mercado laboral local, la ocupación del municipio de Mineral del Monte se corresponde por un lado con la participación y evolución de las actividades productivas; y por el otro lado, por las influencias del comportamiento a nivel nacional de las principales variables en el mundo del trabajo.

El municipio de acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010 del INEGI, la población económicamente desocupada es del 2.5% y la población económicamente inactiva es del 46.9%; esto debido a la precarización de los puestos de trabajo y los bajos salarios.

En esta segunda parte de este proyecto, se presentan los resultados del trabajo empírico que nos permite profundizar en el conocimiento de la actividad turística del municipio de Mineral del Monte, Hidalgo a nivel mesoeconómico.

De este modo, se describe los cambios en su mercado de trabajo, y dar el enfoque de este proyecto.

De la perspectiva económica, el turismo se define como un desplazamiento del lugar habitual de residencia sin fijación de tiempo, un gasto de renta, anteriormente obtenida, un consumo de bienes y servicios, y una generación de riqueza.

Muñoz de Escalona (2007) hace un repaso de los diferentes criterios utilizados para considerar a un consumidor de servicios turísticos como turista, uno de ellos es que exista o no un objeto de lucro en el desplazamiento de tales personas.

Más allá de las diferentes definiciones de turistas, aquí se adopta la de Ossipow para quien “turista es todo el que utiliza los servicios turísticos al margen de los motivos que lo llevan a utilizarlos” (Muñoz de Escalona, op.cit.).

Así mismo, el turismo es una actividad económica sumamente dinámica, capaz de mantener un ritmo de crecimiento favorable a pesar de que se presentes condiciones adversas en el entorno tanto nacional como internacional. Como propia del sector terciario, la actividad turística genera un impacto económico más acelerado en comparación con otras ramas productivas.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), de 2000 a 2012 el turismo creció a una tasa promedio anual de 3.6% en el mundo, con base en la llegada de turistas internacionales, generó 9 puntos del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, uno de cada 10 empleos, participando el 6% de las exportaciones mundiales. Para México representa una de las principales fuentes de divisas, generando el 8.4% del PIB y más de 2.2 millones de empleos. (Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018:23).

Otro factor, es que el turismo es una actividad intensiva en capital humano, su importancia no solo radica en una visión de recursos humanos que tiene la capacidad de dar atención,

calidez y profesionalismo al turista, sin embargo, el empleo turístico representa una doble característica, mientras que los grandes consorcios del sector registran mejores estándares de empleabilidad, debido a su liderazgo y al acceso de apoyos gubernamentales, las MIPYMES, tienen una escasa cultura empresarial y capacidad de organización, así como un reducido presupuesto para capacitación.

El turismo desde la perspectiva de redes

Diversos estudios subrayaron la importancia de las redes y la complementariedad empresarial en el análisis del turismo (Artesi, Liliana, 2002, 2003; Inman y Segura, 1999; Boullón, 2004; entre otros). En este caso de acuerdo a Bullón, propone identificar a la ciudad turística (destino) como empresa y las firmas independientes especializadas como subempresas. Las redes en este ámbito serían los nexos funcionales para la “integración vertical” de la empresa (destino turístico) con las subempresas que prestan servicios especializados y complementarios.

Así mismo, en el año 2008, la Organización Mundial del Turismo, al reconocer estos elementos público en el sector del empleo “Gobierno locales, turismo comunitario y sus redes”, en donde examina casos de asociaciones de todas las regiones del mundo para orientar su desarrollo en la actividad, principalmente el fortalecimiento institucional, el desarrollo empresarial y la comercialización.

En la bibliografía consultada sobre el turismo, se destaca como objetivo prioritario satisfacer las necesidades de uso del tiempo libre de los turistas, para lo cual se demanda el trabajo en conjunto de empresas de diversas ramas que brindan prestaciones directas y complementarias; esto conlleva igualmente el comportamiento de otros actores que se

relacionan para dar una prestación del servicio como son los proveedores, clientes o las mismas instituciones locales.

Estas últimas ofrecen las pautas primarias para que un destino resulte atractivo como es la cultura, la seguridad, el ordenamiento espacial y en general, la suma de prestaciones e infraestructura que caracterizan a una sociedad.

Bajo estas premisas, consideremos la Teoría de Redes para abordar más eficazmente las conductas empresariales y explicar las externalidades sobre el ambiente, ya que incluye como eje de análisis las vinculaciones entre los diferentes actores que conforman la actividad.

Evolución de la actividad turística en Mineral del Monte.

Para introducirnos a este tema se parte de las condiciones socioeconómicas, políticas y al marco competitivo que ofrece el municipio en las últimas décadas.

En Mineral del Monte, como lo mencionamos inicialmente, vivía fuertemente de la minería, debido al desarrollo de la misma, y por tener una ambiente inglés y de legados que se fueron adaptando en la planta turística, pero de manera general Mineral del Monte se visualiza con una debilidad del esquema tradicional de oferta de servicios turísticos vinculadas al turismo social que se expandió en los años setentas; bajo este modelo, las prestaciones eran masivas y estaban basadas en una demanda excedente de la clase media cautiva ante la falta de competencia de otros destinos.

Las apreciaciones de los actores consultados respecto a las lógicas empresariales de esos años, indican que a nivel empresarial los cargos gerenciales carecían, y no requerían de profesionales. La improvisación era la característica que englobaba los comportamientos de los propietarios de hoteles y de pequeños establecimientos de alimentos y bebidas,

generalmente familias que realizaban estas actividades. En la hotelería local muchos de ellos no tenían experiencia en el oficio.

La oferta sin planificación que emergía de acuerdo a los ritmos de la demanda influyó en la imagen del destino turístico del municipio. De esta manera, se fue conformando un mercado de trabajo donde abundaban las formas precarias de contratación y bajos niveles de capital socio educacional de los empleados y empleadores. La temporalidad de las prestaciones aportó un carácter efímero al empleo.

En los años ochenta, la inercia de la actividad fue sacudida por la consolidación de balnearios en el estado, así como la demanda de turismo social en las zonas boscosas, realizando así un “ecoturismo” en la región, esto llevó a una atomización de la oferta turística. En los noventa, cambiaron los umbrales de exigencias de los clientes, lo que significó un llamado de atención al empresario local que debió replantear las características de funcionamiento de la actividad debido a que ya despuntaba como un fuerte destino turístico.

Otro elemento externo, fue la cinematografía y las locaciones publicitarias, que hizo que Mineral del Monte, permitió detectar un turismo con nuevas y mayores exigencias, lo que involucró inversiones en mejoras urbanas y sobretodo la implementación de nuevas modalidades contractuales, entre empresas y los empleados.

Mineral del Monte “Pueblo Mágico”

Con el surgimiento del programa desarrollado por la Secretaría de Turismo (SECTUR) de México, en el año 2001, y en conjunto con diversas instancias gubernamentales, el municipio de Mineral del Monte recibe este nombramiento en el año 2004, la actividad turística se vio reforzada, generando así diversos productos turísticos; y sobre todo, la promoción de fines de semanas largos y estimular un mayor gasto diario por turista.

Reconocimiento de los actores en la planta turística

Iniciamos la reconstrucción de la planta turística del municipio considerando la diversidad de empresas y asociaciones que participan en el desarrollo del turismo local.

En primer lugar, como se muestra en el cuadro 3.1, aquellas ramas específicas que ofrecen productos turísticos, en este caso, se enfoca con las de alojamiento, gastronomía, transporte y de entretenimiento, principalmente. La lista de las mismas se puede ver en el Anexo 1.

Cuadro 3.1 Ramas de actividad específica de la planta turística en Mineral del Monte

- Hoteles y similares
- Restaurantes y similares
- Servicio de expendios de comida por vendedores ambulantes
- Transporte terrestre
- Servicios culturales
- Servicios para la práctica deportiva y de entretenimiento.

La mayoría de las empresas que prestan servicios en estas actividades son micro y pequeñas, ya que el promedio tienen no menos de 100 empleados, lo que la atomización de pequeños establecimientos implica que los pocos agentes de mayor tamaño relativo en cada rama específica compiten entre ellos y así mismo, surgen asociaciones empresarias locales con actividades vinculadas al turismo, definen en parte las características del entorno, como se puede observar en el cuadro 3.2

Cuadro 3.1 Asociaciones vinculadas con el turismo en Mineral del Monte

- Cámara Nacional de Restaurantes y Alimentos Condimentados
- Asociación de Haciendas y Casas Rurales del Estado de Hidalgo, A.C.
- Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles del Estado de Hidalgo, A.C.
- Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias, A.C.

Otros de los actores centrales para el turismo es el Estado que regula transversalmente la actividad económica con pautas de ordenamiento espacial, infraestructura urbana, seguridad e higiene, fundamentales para garantizar la calidad de las prestaciones, debido a la categorización como Pueblo Mágico. Cuadro 3.3.

Cuadro 3.1 Instituciones vinculadas a la actividad turística en Mineral del Monte

- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
- Instituto Nacional de Antropología e Historia
- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías.

Además, de este conjunto de actores –empresas, asociaciones, entes públicos- que actúan en el territorio local, participan de la dinámica turística una serie de instituciones tanto privadas como públicas.

Diagnóstico del turista y/o visitante

Para complementar y configurar la red turística, es significativo tener un diagnóstico del turista y/o visitante en este destino turístico.

Considerando que se aplicaron 100 encuestas a turistas y/o visitantes de los cuales el 62% fue al sexo masculino y el 38% al femenino, el rango de edad promedio fue de 16 a 30 años

(45.10%), se hizo acompañar de 1 a 3 personas (52.61%), con escolaridad universitaria o más (53.27%), teniendo como principal ocupación empleado/obrero (35.95%), con ingresos mensual promedio de \$ 6,000.00.

La razón principal del motivo del viaje del turista y/o visitante a la localidad fue el esparcimiento y la recreación (57.10%), la contratación de servicios se realizó por separado (81.37%) sin adquirir algún paquete integral; dada la proximidad de los mercados emisores, el medio de transporte utilizado fue el automóvil (65.03%).

Entre los aspectos importantes considerados para viajar a esta localidad el precio (52.29%) fue el principal, seguido de las actividades del destino (48.04%), su gente (45.42%), la cultura e historia (44.77%), la cercanía del destino (44.44%), el clima (40.20%).

De acuerdo a la información sobre promoción turística, el 36.78% lo hizo a través del internet, el 34.48% por folletos, 9.20% por periódico, 6.32% por revistas, 8.62% por radio/televisión, 2.30% por espectaculares, 2.30% recomendación.

La afluencia turística a Mineral del Monte es principalmente de origen nacional (97.39%), debido a su ubicación geográfica procede de los estado de: México (27.12%), Distrito Federal (26.80%), Puebla (4.58%), Veracruz (2.61%), Morelos (2.61%), Jalisco (1.96%), Tlaxcala (1.63%), del mismo estado (22.55%) y en minoría de Chihuahua, Coahuila, Zacatecas y San Luis Potosí.

De origen extranjero (2.61%) procedentes de Estados Unidos, Japón, Colombia, Alemania, principalmente.

La estadía de los turistas y/o visitantes fue principalmente con familiares y amigos (24.51%), en hotel (23.86%), sin pernocta (68.95%); siendo el promedio de estadía de dos noches (en el caso de hacer uso de servicios de alojamiento).

Comportamiento de mercado de trabajo en el turismo local

Es necesario establecer un análisis del mercado de trabajo que relaciona a la oferta y a la demanda de acuerdo a las ocupaciones del turismo, debido a que el potencial humano es uno de los principales componentes y cómo influye el tipo de red en su desempeño.

Considerando que esta perspectiva a este análisis del mercado de trabajo parte de los lineamientos que ofrece el concepto de Trabajo Decente.

En primer lugar, se sitúa la participación del turismo como fuente de trabajo en Mineral del Monte, las ramas de actividad típicamente relacionadas al turismo participan en el mercado de trabajo, de los cuales el 73% es asalariado, el 12% por cuenta propia y los patronos o empleadores representan el 13%, considerando principalmente en el rubro de comercios, restaurantes y hoteles.

La perspectiva teórica de Trabajo Decente nos plantea incorporar al análisis del mercado de trabajo, además de elementos referentes al acceso al mismo, las condiciones (como la calidad) en que los trabajadores se desempeñan en sus puestos, en la medida que el trabajo en el sector turístico local garantiza bienestar para quienes lo desarrollan. Por un lado, es importante determinar las formas contractuales laborales presentes en la actividad turística que nos advierten sobre niveles de estabilidad y los beneficios sociales a los que acceden los trabajadores, principalmente en factores de condiciones de salud, higiene y carga horaria, indicativa de la seguridad en el lugar de trabajo así como si están siendo respetados los derechos y la dignidad humana.

Otros indicadores de la calidad del empleo es la calificación exigida por las empresas prestadoras, las remuneraciones en relación al tipo de puesto desempeñado y la equidad. Finalmente, el diálogo social entre los actores, el nivel de participación sindical y la adhesión a los contratos colectivos de trabajo.

Formas Contractuales

La actividad turística, por su carácter estacional, tiene modalidades contractuales especiales como las de forma temporal y los eventuales, tiempo parcial o pasantías.

De acuerdo a los indicadores de INEGI en la encuesta EPOE, el total de asalariados captados, el 45.3% y que generalmente su modalidad contractual es permanente.

En el caso de las pasantías y prácticas profesionales, estas destacan el rol que juegan las instituciones educativas en la actividad tanto a nivel técnico, como universitario. Por un lado, facilitan la incorporación al mercado de trabajo de población joven capacitada que a su vez requiere completar sus horas prácticas; esta particularidad del mercado de trabajo es analizada desde diferentes posturas, por un lado, los empresarios consideran dichos contratos laborales beneficiosos para los estudiantes ya que facilitan su ingreso al mercado de trabajo, es el primer contacto con las relaciones laborales, la integración a organizaciones y equipos de trabajo, y por otro lado desde su visión como empleadores es alentada porque redundan en la calidad de los servicios prestados.

Aunque muchas veces los estudiantes se dedican a actividades sobre exigidas en responsabilidad y conocimientos profesionales, aunque ellos los consideran como experiencias positivas en cuanto a los conocimientos y capacidades adquiridas pero, aún en esos casos, estiman que no volverán a pasar por una experiencia de ese tipo que es sumamente demandante, exigente y poco o nada retribuida.

Analizando desde diferentes posturas, por un lado los empresarios consideran dichos contratos laborales beneficiosos para los estudiantes ya que facilitan su ingreso al mercado laboral, y por otro lado es alentada porque redundan en la calidad de los servicios prestados.

Desde el lugar que ocupan las instituciones pública, la relación es ambivalente, se reconoce una desviación entre el objetivo de las pasantías y las tareas realmente realizadas, aunque

legalmente se condicionen con la calidad, el alumno muchas veces se dedican a actividades sobre exigidas en responsabilidad y conocimientos profesionales, pero la opinión de los alumnos las consideran como experiencias positivas en cuanto a su conocimiento y capacidades adquiridas.

Condiciones y medio ambiente de trabajo

La calidad del empleo depende a su vez de las condiciones de seguridad e higiene de los establecimientos y la seguridad de los trabajadores ante incidente. De acuerdo a los informante son dos los factores que determinan que en la planta turística los empleadores ofrezcan condiciones inadecuadas de trabajo, uno de ellos es la precariedad laboral y el otro el menor tamaño de los establecimientos.

En primer lugar, las irregularidades de los contratos laborales en el turismo implican que los trabajadores no estén asegurados por eventuales accidentes de trabajo.

Segundo, en los establecimientos pequeños, que representan el 36% de las empresas dedicadas al sector turístico, los empleados, tienen escaso o nulo poder de negociación para exigir ambientes laborales adecuados y que cumplan pautas de seguridad. Por lo general, se considera que la seguridad es un gasto adicional, sin embargo, la inversión en la misma es ínfima con la relación a los daños que pueden significar asumir el valor de indemnizaciones o juicios por responsabilidades no asumidas por el empleador.

Carga horaria

La extensión de las jornadas laborales repercute en el bienestar mental, físico y social de los trabajadores y por ello es indicativo de la dignidad del puesto del trabajo. En este caso, casi la mitad de los ocupados en las ramas turísticas que forman parte de la planta cubren jornadas que superan ampliamente las 48 horas semanales. Sin embargo, notamos que

ningún informante entrevistado hace referencia a esta problemática del mercado de trabajo del turismo.

En esta actividad, más allá de la cantidad de horas trabajadas por día, se exige el cumplimiento de horarios y días que no son laborables para el resto de las actividades económicas. La información obtenida refleja que la tercera parte de los asalariados cumplen horarios rotativos, el 46% lo realizan durante el día cerca del 20% de noche, lo cual describe una tipicidad en la tarea que exige al trabajador mano de obra intensiva y de amplia disponibilidad horaria.

Calificación de los puestos de trabajo

Otro de los indicadores sobre la calidad del empleo es la capacitación de los trabajadores y su relación con el puesto que ocupan.

La mayoría de los empleados ocupan puestos operativos que no requieren mayores niveles de formación, sin embargo, si algunos son desempeñados por personas con niveles educativos superiores.

En relación a ello, las entrevistas realizadas señalan una tendencia cada vez más creciente hacia la profesionalización en la actividad turística del municipio y destacan una modificación de los contenidos y perfiles que son requeridos por los empleadores. En este esquema, los trabajadores deben además demostrar capacidades multipropósito y polivalentes.

La disponibilidad de la oferta de trabajo capacitada que existe, refuerza esta característica del mercado de trabajo, pero no significa que los empleadores determinen criterios de selección de personal, ya que los entrevistados argumentan que muchas veces son valorados en mayor medida por aspectos como: disposición, honestidad, obediencia,

imagen y el umbral salarial exigido, principalmente esto se presenta en actividades de atención a clientes.

Por otra parte, la capacitación dentro de las empresas parece estar iniciando una etapa más activa respecto al pasado. Los actores consultados observan que existe cierta renovación en la organización del trabajo y reconocen la relevancia de mejorar los conocimientos propios y de sus empleados. Ello se evidencia en el desarrollo de capacitación interno, debido a que nuevas generaciones están asumiendo el control de las empresas.

De este modo, aún hay segmentos en empresarios que parecen ajenos a esta realidad y a las nuevas pautas de consumo de los turistas, y por lo tanto, desvalorizan los réditos de invertir en capital humano.

Condición salarial

En los trabajos decentes, las remuneraciones que reciben los trabajadores deben ser acordes a las tareas realizadas y suficientes para satisfacer sus necesidades y las de su grupo familiar (Labrunee, M.E. 2005).

En este caso, las ramas de la hotelería y gastronomía, de importancia relativa, los salarios son básicos y los adicionales por períodos se establecen mediante convenios colectivos de trabajo.

Considerando que no es un sector muy bien remunerado si es positiva la atención a clientes debido a las propinas como parte de la remuneración final, condición que, además de nutrir las situaciones de precariedad, implica una alta dispersión de los montos totales percibidos.

Diferencias de género

El mercado de trabajo estudiado, además de las características mencionadas, presenta diferencias de género. Específicamente, en las actividades a las actividades de segregación

horizontal¹³. Así lo demuestran principalmente en la hotelería y restauración, con alta participación ocupacional de las mujeres, aunque se encontró que en el área de servicio a comensales resalta los varones.

Dialogo Social

El diálogo Social, es considerado otra de las dimensiones que contribuyen a la calidad del empleo. En este caso, exploramos la sindicalización como indicador de Diálogo Social. Quienes participan en forma organizada para defender intereses comunes, tienen mayores posibilidades de obtener soluciones a sus demandas y reclamos (CEPAL op cit.).

En este caso, no se encontró un sindicato que regule estas relaciones labores que beneficien a los trabajadores del municipio.

Al interior de la planta turística, se pueden observar especificidades en las condiciones y calidad del empleo según los diferentes tipos de prestaciones. Para finalizar el análisis de este mercado de trabajo se presentan los siguientes empleos generados más referenciados en el municipio.

- a) Trabajadores reposteros, pasteleros (industria del paste).
- b) Trabajadores de hoteles y establecimientos gastronómicos.
- c) Operadores de actividades ecoturísticas y de aventura.

Conclusiones.

En este estudio, se propone si los puestos de trabajo generados en la actividad turística fueron resultados de la competitividad sistémica producto de la planta turística que

¹³ Segregación horizontal, se refiere a la mayor posibilidad de ascenso de las mujeres respecto a los varones que ocupan cargos de igual jerarquía.

configuran las empresas locales y si la calidad de los mismos se adapta al paradigma de Trabajo Decente.

El análisis se centra en Mineral del Monte, donde la información cuantitativa de orden secundaria y cualitativa relevada mediante entrevistas a actores referentes de la actividad.

En la cual se identifican que en términos evolutivos se han generado cambios de postura respecto a la cooperación y la asociatividad, desde el punto de vista empresarial e incluso mixto, es decir, entre el sector privado y el estado, así como proveedores y clientes, generando beneficios positivos.

La identificación de una planta turística que engloba a las actividades asociadas al turismo y la constatación de una red como se analiza, si bien permite advertir cierto grado de asociatividad, representa una cultura empresarial aún incipiente. Esto se explica porque la acción individual relacionada con los nuevos desafíos, los cambios en la información, la competitividad entre prestadores a nivel regional actúa como facilitadores de las nuevas conductas.

Si bien, la cooperación estaría proponiendo mejores condiciones de empleo, nada de ello sería posible sin un marco normativo que ofrezca protección a los trabajadores. Como así también, para advertir los réditos del Trabajo Decente sería necesario un fortalecimiento que en el caso de este municipio dado a la importancia del turismo, signifique un mejoramiento en las condiciones de bienestar de una buena parte de su población.

Así mismo, las características de este mercado de trabajo nos muestra un escenario de déficit de Trabajo Decente, las formas asalariadas están precarizadas, en tanto se presentan altos niveles de trabajo y contratos subdeclarados, las condiciones y medio ambiente de trabajo resultan poco satisfactorias (falta de seguridad ante riesgos de trabajo y ambientes laborales inadecuados). Además, una parte de los trabajadores se desempeñan, en horarios,

turnos y con cargas horarias que afectan su salud física y mental. También la relevancia y la problemática de los contratos de pasantías y prácticas profesionales que vinculan a diferentes sectores.

Por otra parte, la falta de correlación entre las exigencias de calificación y capacitación hacia los trabajadores respecto a los puestos que ofrecen las empresas y las mejoras salariales.

Por lo tanto, si bien los objetivos que se congrega en la red se refieren exclusivamente a la gestión comercial de las prestaciones, las características de los puestos que involucran estas asociaciones se acercan mayor medida a la definición del Trabajo Decente.

Si bien la cooperación estaría proponiendo mejores condiciones en el empleo, nada de ello sería posible sin un marco normativo que ofrezca protección a los trabajadores, como también, los réditos de Trabajo Decente sería necesario un fortalecimiento del Diálogo Social, lo cual dará una mayor cohesión entre empleadores y trabajadores en el municipio de Mineral del Monte, dada la importancia de la actividad turística en él, lo que significará un mejoramiento en las condiciones de bienestar de una buena parte de su población.

Bibliografía:

Anuario Estadístico y Geográfico de Hidalgo 2013. INEGI. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. México.

Artesi, Liliana, 2002. Redes, Turismo y Sistemas Locales [en línea] <http://www.littec.ungs.edu.ar/eventos/Ponencia%20ARTESI.pdf>.

Bisang, Sztulwark, Yoguel (2004). Las Redes de Producción y el empleo: Elementos básicos para la formulación de políticas públicas. Trabajo Decente en el MERCOSUR Empleo y Estrategia de Crecimiento. El Enfoque de la OIT.

Boiser, Sergio (1996) Política Regional en una era de globalización. Doc. 33 ILPES. Santiago de Chile.

Bouillon R. (2003). Calidad Turística en la pequeña y mediana empresa. Colección Temas de Turismo. Ediciones Turísticas.

Bouillon R. (2004). Marketing turístico. Una perspectiva desde la planificación. Ediciones Turísticas.

Canuda, Enrique (2005). Las Venas de plata en la historia de México: Síntesis de historia económica, siglo XIX. Volumen 1. Univ. J. Autónoma de Tabasco.

CEPAL 2009, Cohesión Social. Inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe. Naciones Unidas.

Dirección de Turismo Municipal de Mineral del Monte.

Herrera Canales, Inés (1979). La Racionalidad Económica de la Empresa Minera “Real del Monte y Pachuca, 1849-1875, Investigaciones geográficas No. 65, México abr. 2008.

IEGEH. Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Hidalgo. 2010. Información Básica Municipal de Mineral del Monte.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. (2010) Indicadores sociodemográficos, económicas, censos.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. (2010). Síntesis geográfica del estado de Hidalgo, México.

International Labour Organization. Sectoral Activies (2001) El Desarrollo de los Recursos Humanos, el empleo y la mundialización en el sector de la Hotelería, la restauración y el turismo. Ginebra.

Galindo y R., José J. (1998). El distrito minero Pachuca-Real del Monte. Ediciones. Económicas Populares.

Geyne, A.R. (1956). Distritos mineros de Pachuca-Real del Monte, Estado de Hidalgo, México. Servicio Geológico Mexicano. SGM.

Ley de Turismo para el Estado de Hidalgo, 2004.

Muñoz de Escalona, Francisco (2007). El Turismo explicado con claridad. Autopsia del Turismo 2ª. Parte. Eumed.net

Norhia, N. 1992. "Introduction: Is a Network Perspective a Useful Way of Studying Organizations? Organization, Structure, Form and Action. Boston: Harvard Business School Págs. 1-22.

OIT (2001). Índice de desarrollo de Trabajo Decente en un panorama laboral. 2009.

OIT. Oficina Regional para América Latina 2002. Estimular el Crecimiento con más Trabajo Decente: más y mejores empleo. Reflexiones para la discusión.

OMT 2009. Evaluación de la importancia económica del sector de las reuniones. Una extensión de la cuenta satélite de Turismo.

OMT 2004. Cooperación y Asociación en Turismo: Una perspectiva mundial ONUDI.

2004. Desarrollo de conglomerados y Redes de PYME. Un programa de la ONUDI.

Ortega Morel, Javier (1998). Una aproximación a la Historia de la Minería del Estado de Hidalgo. UAEH.

Ortíz Lazcano, Assael (2001) Composición del Desarrollo en el Estado de Hidalgo. Demografía. Etnicidad y pobreza.

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. México.

Porter, M. 1991. Ventaja Competitiva de las Naciones. CECSA, México Parte I. Apartado II pág. 63 a 239.

Pozas, M. de los Ángeles. 2006. Aportes y limitaciones de la sociología económica, Teorías Sociales y Estudios de Trabajo: nuevos enfoques, México, D.F.

Randall, R. W. (1977). Real del Monte. Una empresa minera británica en México, Fondo de Cultura Económica, México.

Ruiz de la Barrera, Rocío. 1997. Real del Monte: Una empresa minera británica en México, México. UAEH.

Salas, G.P (1975), Carta y provincias metalogenéticas de la República Mexicana, Consejo de Recursos Minerales, Publicación 21E, México.

Somovía, J. (1999). Trabajo Decente y protección para todos. Prioridad de las Américas. Memoria del Director a la 89ª Conferencia Internacional del Trabajo OIT, Ginebra.

Szarka, J. Las Redes y la Empresa. En Kantis H. Desarrollo y Gestión de Pymes. Edición UNGS, 1998.

Yoguel, G. (200). Creación de Competencias en ambientes locales y redes productivas. Revista de la CEPAL NO. 71.

ANEXO 1: Glosario

Clúster Industriales: Se definen como aglomeraciones de agentes a nivel sectorial o geográfico que generan economías externas y que aumentan la eficiencia del conjunto. En cuanto a las relaciones empresariales en la actividad turística, los trabajos en general toman un marco conceptual basado en el concepto de clúster tal como lo desarrolló Porter.

Sistemas Económicos Locales: Es un conjunto d eslabonamientos productivos y relaciones económicas y socio laborales, en torno a un sector o subsector principal. Se caracterizan por su coherencia socioeconómica y territorial. Pueden ser o no coincidentes con delimitaciones territoriales políticas. (Alburquerque F. 2004).

Turismo Alternativo

Análisis de las Tradiciones que Vinculan desde el Punto de Vista Religioso a la Comunidad de Amaque, Estado de Hidalgo y la República de Cuba. Perspectivas Turísticas

Dr. Ernesto Bolaños Rodríguez

Dra. Aurora Pérez Rojas

Escuela Superior de Tizayuca, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

RESUMEN

Se realiza un análisis de las tradiciones que vinculan desde el punto de vista religioso a la comunidad de Amaque, Estado de Hidalgo en México y la República de Cuba teniendo como punto de encuentro la Virgen de la Caridad del Cobre como patrona de ambos lugares. Para llevar a cabo la investigación se emplean la observación científica participativa, la consulta a expertos, así como el análisis y síntesis documental.

Los principales resultados del trabajo muestran las costumbres y tradiciones de ambas culturas y la importancia de estrechar lazos de amistad a través de la propuesta de actividades turísticas que pudieran potenciar el turismo en la localidad mexicana, comunidad anfitriona, con los consecuentes beneficios culturales y económicos, así como se da a conocer en una pequeña localidad de la entidad hidalguense: Amaque, un pequeño país caribeño con grandes aportaciones a la cultura universal en la música, los ritmos bailables, el deporte y la ciencia.

Palabras claves: Turismo Religioso, Virgen de la Caridad del Cobre, Intercambio Cultural.

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se estudia el vínculo entre la cultura de la localidad de Amaque, perteneciente al municipio de Mineral de la Reforma, del Estado de Hidalgo, en México y la de la República de Cuba. Ambos lugares tienen como punto de contacto en el aspecto religioso a la Virgen de la Caridad del Cobre.

Resulta necesario difundir el turismo religioso tanto en los residentes como en visitantes, que pueden ser turistas extranjeros o incluso cubano-mexicanos residentes o visitantes de estados colindantes.

Para efectuar el desarrollo local, es menester dar a conocer el impacto del turismo sobre la comunidad de Amaque, estructurando un programa de actividades basado en los estudios adecuados del turismo. Este plan contribuirá al mejoramiento local de la comunidad, al satisfacer las necesidades del turista.

Este intercambio de experiencias contribuye en ganar en cultura para provocar impacto turístico, y sobre todo el aumento de ingresos económicos y la capacidad de consumo de los visitantes con los lugareños, dichas actividades deben estimular el disfrute y el consumo cultural, reactivando el valor simbólico de los bienes.

La población local entra más en contacto con los cubanos que residen en el municipio de Mineral de la Reforma y de isleños residentes en otros estados de la república mexicana, como por ejemplo del Distrito Federal.

Por último se señala la importancia de incrementar las actividades turísticas, lo cual propiciará beneficios para el municipio, debido a que los turistas pueden organizar su tiempo y aprovechar este intercambio cultural, en el cual se da pauta para estrechar lazos de unión que en coincidencia histórica y religiosa se está generando con Cuba.

A partir de lo anteriormente expuesto el objetivo general de la investigación consiste en: Analizar las tradiciones que vinculan desde el punto de vista religioso, a la comunidad de Amaque perteneciente a Mineral de la Reforma, Hidalgo, México y Cuba a través de la observación científica, el análisis documental y la consulta a expertos para establecer perspectivas turísticas de impacto en la localidad mexicana.

Considerando los siguientes objetivos específicos:

- Caracterizar las tradiciones de la localidad de Amaque, Estado de Hidalgo en México y la República de Cuba a través de la observación científica y el análisis documental con el propósito de determinar vínculos culturales.
- Identificar los aspectos de las tradiciones que vinculan Amaque con Cuba, mediante observación científica y análisis documental, que permitan proponer actividades de intercambio cultural en esta localidad.
- Proponer actividades turísticas en la comunidad de Amaque, Estado de Hidalgo, México, que vinculen a la localidad mexicana con Cuba, aplicando consulta a expertos para enriquecer los conocimientos de los visitantes sobre el sincretismo existente en ambas culturas.

La problemática de la investigación se centra en que los turistas necesitan organizar su tiempo en diferentes actividades y sobre todo que no haya una sobresaturación de los mismos, es por ello que es imprescindible efectuar las perspectivas turísticas considerando el intercambio cultural de la comunidad de Amaque, municipio de Mineral de la Reforma en el Estado de Hidalgo, México y la República Cuba a través del vínculo existente entre costumbres religiosas de ambos lugares.

DESARROLLO

Metodología

En la presente investigación se emplean métodos del nivel empírico: Observación científica y consulta a expertos y del nivel teórico a través del análisis y síntesis documental.

Los métodos empíricos se utilizan para descubrir y acumular un conjunto de hechos y datos como base para verificar la hipótesis; dar respuesta a las preguntas científicas de la investigación, obtener argumentos para defender una idea o seguir una guía temática, pero que no son suficientes para profundizar en las relaciones esenciales que se dan en los procesos. (Cerezal y Fiallo, 2002)

Observación Científica

La observación científica se realiza en el marco de una investigación y requiere de una metodología y requisitos para su ejecución, así como un personal especialmente preparado para llevarla a cabo. Es una percepción directa, atenta, racional, planificada, de los fenómenos relacionados con los objetivos de la investigación, en sus condiciones naturales y habituales, con vista a encontrar una explicación del fenómeno en estudio.

Consulta a Expertos

El propósito de un experto, es que él puede ofrecer su *perspectiva* sobre el tema en cuestión. Esa es la razón por la cual las personas van a un experto: quieren saber su opinión, sus consejos, sus conocimientos, etc. En esencia, quieren escuchar su *perspectiva*. Quieren saber simplemente qué es lo que el experto piensa u opina sobre un tema en específico. (Vélez, 2001).

Los métodos teóricos posibilitan, a partir de los resultados obtenidos, sistematizarlos, analizarlos, explicarlos, y descubrir qué tienen en común, para llegar a conclusiones

confiables que permitan resolver el problema. Los métodos teóricos se utilizan para la construcción de las teorías científicas, para la elaboración de las premisas metodológicas de la investigación y también en la construcción de las hipótesis científicas.

Desde el primer momento en que empezamos a preocuparnos por un problema de la práctica social, que estudiamos sus manifestaciones, analizamos las posibles causas que pueden generarlo, que indagamos acerca de estudios realizados sobre el asunto en cuestión, y como resultado de ello derivamos el problema de investigación, elaboramos el diseño de investigación y precisamos la estrategia general para abordarlo, hasta el análisis que hacemos de los resultados obtenidos derivados de la aplicación de diferentes instrumentos, estamos en presencia de la utilización de métodos de análisis teóricos.

Los métodos teóricos cumplen una función gnoseológica importante, que se puede resumir en que posibilitan:

- Explicar los hechos.
- Interpretar los datos empíricos hallados.
- Profundizar en las relaciones esenciales y cualidades fundamentales de los procesos no observables directamente.
- Formular las principales regularidades del funcionamiento y desarrollo de los procesos y objetos de la investigación.
- Elaborar el aparato conceptual ordenado según la dialéctica interna y lógica del desarrollo del objeto.(Hernández-Sampieri, Collado y Baptista, 2009)

Análisis y Síntesis Documental

El análisis es la operación intelectual que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes.

La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad.

El análisis permite estudiar el comportamiento de cada una de las partes, así como definir los elementos y aspectos que ejercen una influencia decisiva en las otras partes del objeto de investigación y determinan su comportamiento.

Sobre la base de la generalización de algunas características definidas como resultado del análisis, la síntesis teórica lleva a la formulación de leyes, teorías e hipótesis que explican la conducta del objeto de investigación en el momento actual, su comportamiento futuro, así como favorecer el poder predecir su desarrollo, en condiciones específicas.

El análisis y la síntesis son métodos fructíferos solo en el caso en que se utilicen en estrecha unidad y correlación. El análisis se debe producir mediante la síntesis, porque la descomposición de los elementos que conforman la situación problemática se realiza relacionando estos elementos entre sí y vinculándolos con el problema como un todo.

A su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis. Esta unidad dialéctica supone que en el proceso de la investigación pueda predominar uno u otro en una determinada etapa, según la tarea cognoscitiva que se realice. Hernández-Sampieri et al.(2009).

Resultados

El vínculo religioso entre Amaque perteneciente al municipio de Mineral de la Reforma en el Estado de Hidalgo en México y la República de Cuba, está dado porque en ambos lugares se venera a la Virgen de la Caridad del Cobre como patrona. Ver Anexo 1.

La cultura, tradiciones e idiosincrasia de cada lugar se ven reflejada en las formas de convivir, actuar e interactuar con sus semejantes, considerando las particularidades de cada región.

Todo lo anteriormente expuesto ha posibilitado un vínculo cultural entre los cubanos residentes en el Estado de Hidalgo y una representación de éstos que viven en el DF, con los habitantes de la comunidad anfitriona (Amaque) los días 8 de septiembre de cada año en conmemoración de su festividad.

Es válido resaltar que esta festividad ya tiene 10 años que se realiza, con la presencia de un comité organizador integrado por cubanos residentes en el Estado de Hidalgo, algunos padres de la iglesia católica del municipio, el consulado cubano en la Ciudad de México y los pobladores de la localidad.

Aproximadamente llegan 120 personas de origen cubano y unos 130 habitantes de Amaque, el 8 de septiembre a partir de las 11:00 se da inicio a las actividades del día con la celebración de la misa en honor a la Virgen de la Caridad del Cobre, así como al concluir ésta, se ofrece de forma gratuita una comida típica cubana para todos los asistentes.

Para la elaboración de la comida se tiene la activa participación de los residentes cubanos y algunos habitantes de la localidad de Amaque, lo cual le imprime un inimaginable sabor a los alimentos.

Posteriormente se invita a una actividad bailable donde se presenta una orquesta cubana en vivo, produciéndose una mezcla de ritmos cubanos y mexicanos dignos de admirar.

Propuestas de Actividades y Perspectivas Turísticas

La propuesta de realizar actividades y perspectivas turísticas se elabora en base a mantener las tradiciones y costumbres existentes en Cuba y las de la localidad de Amaque, Estado de Hidalgo en México y con ello lograr un intercambio cultural.

Se pretende que asistan a estas festividades la comunidad anfitriona: Pobladores de Amaque, en el municipio Mineral de la Reforma en el Estado de Hidalgo, visitantes de otros municipios de la entidad federativa hidalguense, cubanos residentes en México en diferentes Estados, cubanos de estancia temporal en el país como turistas, misiones diplomáticas y por razones de trabajo.

Para el caso de los cubanos se pretende lograr una estrecha relación con la embajada de Cuba en México y sus sedes consulares distribuidas a lo largo y ancho del país, que permitan difusión entre la comunidad cubana.

Es válido resaltar que se ha tenido en cuenta la capacidad de carga turística debido a que para los eventos, se implementará un formato de inscripción explicando que tiene como motivo que no exista sobresaturación de turistas en el lugar y con ello se puedan brindar servicios de la calidad que se merecen los interesados en asistir.

Las fechas propuestas son: 8 de septiembre, así como el 12 y 24 de diciembre.

Las actividades se desarrollarían en la comunidad de Amaque. Para la primera fecha programada el 8 de septiembre en conmemoración del día de la Virgen de la Caridad del Cobre se detallan las actividades propuestas a desarrollar:

- Conferencia impartida por expertos (religiosos y académicos) sobre la historia de la patrona de Cuba, donde se incluyan vivencias de cubanos en cuanto a su festividad, milagros, tradiciones religiosas y sincretismo con los orishas de la religión afrocubana.
 - Celebración de la santa misa.
 - Comida con platillos típicos de Cuba.
-
- Actividad cultural con agrupación musical, donde se destacarían los ritmos originarios de Cuba: Mambo, Chachachá, Guaguancó, Guaracha, Son, entre otros, así como un gran bailable.

Para las actividades del día 12 de diciembre, fecha en que se conmemora a la Patrona de México y de América la Virgen de Guadalupe, se proponen las siguientes actividades:

- Muestra gastronómica de comidas típicas mexicanas y en particular del Estado de Hidalgo: Barbacoa, carnitas, pastes, como bebida el pulque natural y el curado de diferentes sabores (guayaba, plátano y piña).
- Muestra gastronómica de platillos típicos de Cuba: Moros y cristianos (arroz con frijoles negros), yuca con mojo, lechón asado, tostones (plátano verde frito), dulce de guayaba con queso y el tradicional “Mojito”, bebida preparada a base del Rom Havana Club, con azúcar, limón y hierba buena.
- Celebración de la santa misa.
- La presentación de la música del Mariachi presentando su bailable típico que es el “Son de la Negra” y también se podría hablar de cómo es que surge la música

ranchera, porque se dice que aparece desde el norte hasta el sur y que se ha actualizado hasta nuestros días, exponiendo el tradicional traje típico y el sombrero, así como la historia de cada uno de sus instrumentos.

- La presentación en el auditorio de Pachuquilla de la orquesta de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), ejecutando sus diversos bailables con grupos folklóricos de la huasteca y sobre todo exponiendo el arte de cómo tocan el violín y como bailan el huapango porque todo esto son raíces del Estado de Hidalgo.
- La presentación de un bailable folklórico de Cuba o también rumbero, cómo es que surge el mambo, la rumba, porque los movimientos de estirar los brazos, cuál es su significado, el tambor y su historia, etc.

Para las actividades del día 24 de diciembre se proponen:

- Una plática acerca de la importancia del deporte, así como el desarrollo y evolución alcanzado por Cuba en esta esfera a nivel internacional, la destacada participación como país en Juegos Olímpicos, Panamericanos y Centroamericanos, Campeonatos Mundiales de las diversas disciplinas que se practican en la isla.
- Realizar competencia de juegos como el atletismo, el ciclismo, lanzamiento de bala, tiro con arco, se presta debido a las características del terreno, existe carretera para poder realizar este tipo de juegos.
- Pláticas sobre las costumbres que tienen los cubanos, acerca de sus hábitos, su cultura, ya que esto ayudaría a entender más sus ideales y principios ideológicos, así como estrechar los lazos de unión y sobre todo conocerlos más para que en la

juventud mexicana se fomente el hábito de la lectura de escritores connotados cubanos que en sus letras plasman los modos de pensar de los isleños, sus condiciones económicas, políticas, sociales y religiosas en las que viven.

- Recitar poemas de José Martí, héroe nacional de Cuba.
- Celebración de la santa misa.
- Hacer un campamento, ya que el lugar se adecua para esta actividad y sobre todo que se podría convivir aún más.
- Una conferencia acerca de cómo surge el futbol en Pachuca, y porqué es considerada la cuna de futbol en México.
- Ferias de artesanías representativas de Cuba y Amaque, así como del Estado de Hidalgo.

Hay mucho de qué hablar y sobre todo que se muestre la hospitalidad de los mexicanos para que estas actividades se lleven a cabo y surja una vinculación entre Amaque y Cuba, con carácter formal desde el punto de vista religioso y cultural que propicie asentar una convivencia sana y de enriquecimiento mutuo.

CONCLUSIONES

Se evidencia un hecho singular desde el punto de vista cultural y religioso que hermana a la República de Cuba con la comunidad de Amaque, Estado de Hidalgo en México referidos a que coincidentemente cuentan con la misma patrona, por la iglesia católica, la Virgen de la Caridad del Cobre.

Se muestran las costumbres y tradiciones de ambas culturas y la importancia de estrechar lazos de amistad a través de la propuesta de actividades turísticas que pudieran potenciar el

turismo en la localidad mexicana con los consecuentes beneficios culturales y económicos, así como dar a conocer en una pequeña localidad de la entidad hidalguense: Amaque, un pequeño país caribeño con grandes aportaciones a la cultura universal en la música, los ritmos bailables, el deporte y la ciencia.

FUENTES DE CONSULTA

Cerezal, J., Fiallo, J. (2002). Los métodos científicos en las investigaciones pedagógicas. Editorial Pueblo y Educación, La Habana.

Hernández-Sampieri, R., Collado, M., Baptista, R. (2009). Metodología de la Investigación. Editorial McGraw-Hill, 5ta edición, México D.F.

La Virgen de la Caridad del Cobre (2014). Galerías de la virgen de la caridad del cobre. [En línea] Disponible: [www.santiagoencuba.com/galerias/el_cobre /la virgen de la caridad del cobre iii.htm/](http://www.santiagoencuba.com/galerias/el_cobre_la_virgen_de_la_caridad_del_cobre_iii.htm/)

[Vélez S., C.M. \(2001\). Apuntes de metodología de la investigación. Departamento de Ciencias Básicas, Universidad EAFIT, Medellín, Colombia.](#)

ANEXOS

Anexo 1. Imagen de la Virgen de la Caridad del Cobre



Fuente: (Virgen de la Caridad del Cobre, 2014).

**Acercamiento al estudio de la gestión ambiental en el valle turístico de llano grande,
hidalgo bajo la perspectiva de la sistémica**

**Toward the study of environmental management in the valle turistico llano grande,
hidalgo under the system's perspective**

Abraham Briones Juárez

Carla Martínez Ramos

Erika Cruz Coria

Profesores del área de turismo del ICEA de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

RESUMEN

El enfoque sustentable en el turismo ha sido ampliamente aceptado debido a que es compatible con las nuevas tendencias de la demanda. Sin embargo, el proceso para mantener un balance dinámico entre la prosperidad, una mejor calidad de vida y promover la conservación en las comunidades es una tarea que requiere definir una estructura de gestión sustentable que reconozca los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales de la actividad a partir de la visión particular de las comunidades para programar actividades compatibles con los sistemas internos y externos que la rodean. El turismo comunitario y actividades del turismo de naturaleza se desarrollan por los pobladores del ejido el Cerezo en el municipio de Pachuca, Hidalgo. No obstante, los aspectos que inciden en la programación de actividades turísticas se constituyen como sistemas complejos. Este estudio tiene como principal propósito constituir una propuesta teórica de la gestión ambiental del turismo rural. Para ello, se identifica la metodología de

Sistemas Suaves (SSM) de Peter Checkland, y se presentan sus bondades a partir de los estadios que la componen, finalmente se presenta un esquema metodológico como propuesta de abordaje para este caso de estudio.

Palabras clave: Gestión ambiental, turismo rural, metodología de sistemas suave

ABSTRACT

The sustainable approach to tourism has been widely accepted, because it is compatible with the new demand trends. However, the process to maintain a dynamic balance among prosperity, a better quality of life and promote conservation in communities is a task that requires defining a sustainable management structure. This schema have to recognizes the social, cultural, economic and environmental scopes as well as, the multiple stakeholders visions together with the particular view of the community in order to support and program activities according with the internal and external systems around it. The community tourism and nature tourism activities are development in the Cerezo rural community in the town of Pachuca, Hidalgo. However, some aspects which are affecting by programming tourist activities could be consider as complex systems. The purpose of this study is to constitute a theoretical proposal for the environmental management of rural tourism. Hence, the Soft Systems Methodology (SSM) of Peter Checkland is identified as a theoretical approach, and its benefits are presented by the stages that compound it. Finally, a methodological framework is presented, as a theoretical approach for the case of study.

Keywords: Environmental management, rural tourism, soft systems methodology

I. INTRODUCCIÓN

El término actual de la sustentabilidad se deriva del hecho de conservar el presente para asegurar el futuro, así pues, algunas grandes empresas han empezado por reconocer el valor de realizar sus actividades económicas en un contexto del desarrollo sustentable, en el respeto con el medio ambiente y el equilibrio con la sociedad que lo rodea, pero esta aplicación aún no ha sido generalizada a todos los rubros sociales y económicos, ni en todas las empresas con actividad turística, que concretamente abordaremos y muy importante en esta investigación, aquellas dedicadas a ofrecer servicios vinculados con los espacios naturales.

El conocimiento de los recursos naturales, históricos, culturales o de cualquier otro tipo que existen en alguna zona es fundamental. Es preciso saber qué es un medio natural, identificar cómo varía en función de su cantidad, calidad, o el ámbito espacio-temporal considerado. Los recursos naturales y ambientales han surgido sin la intervención humana y nos proporcionan la posibilidad de satisfacer necesidades muy diversas, entre ellas las vinculadas al ocio, ya sea directamente o en un proceso de transformación.

A fin de apoyar al desarrollo sustentable se ha creado y popularizado el término Gestión Ambiental, en él se integran todas aquellas acciones encaminadas a actuar positivamente sobre los recursos naturales y las formas de intervención humana en el ambiente, con el propósito de establecer relaciones armónicas entre los objetivos de preservación del patrimonio físico, natural y sociocultural y la satisfacción de las necesidades básicas del ser humano. Estos principios como ya mencionamos constituyen el Desarrollo Sustentable que no puede ser alcanzado sin la adecuada Gestión Ambiental.

Sin embargo existe una gran debilidad en la implementación de prácticas sustentables, ya que éstas, actualmente, carecen de planeación y organización además de no recibir apoyo

suficiente para conocer y realizar las correctas acciones para no impactar los espacios naturales. Por esta razón, las condiciones de deterioro ambiental en el valle turístico “Llano Grande” son cada vez mayores, pues los administradores y propietarios han confiado demasiado en la actividad turística para obtener ganancia sin tomar en cuenta el alto costo social y ambiental que se ha provocado. Con el fin de estudiar el fenómeno se ha propuesto visualizarlo desde la perspectiva de la sistémica. La Ciencia de Sistemas o Sistémica presenta una alternativa viable para este desarrollo ya que plantea superar el análisis reduccionista al enfocarse en la totalidad, permitiendo conocer las relaciones internas y externas de la sustentabilidad turística para tener una visión holística de la complejidad del fenómeno.

I. DESARROLLO SUSTENTABLE, TURISMO E IMPACTOS

Relación entre turismo y desarrollo sustentable

Desde el nacimiento del término de sustentabilidad, la aplicación de este adjetivo a cualquier otro vocablo es ya algo habitual y ello no podía ser menos con el turismo, una importante actividad económica, pero con grandes implicaciones sociales, económicas y ambientales por supuesto.

El turismo es la actividad de servicios de mayor importancia a nivel mundial. Según el Barómetro de Turismo elaborado por la Organización Mundial de Turismo y según las previsiones a largo plazo, incluidas en *Tourism Towards 2030*¹⁴ (OMT, 2013). Sin embargo, dado el crecimiento del turismo como un verdadero fenómeno social de masas, a escala

¹⁴Turismo hacia 2030

tanto internacional como local, al desarrollarse de forma espontánea y sin planificación, ha producido impactos tanto en las comunidades receptoras como en el medioambiente.

En los últimos años, las ventajas económicas de esta actividad ya no son el único criterio para apoyar el desarrollo del turismo; por el contrario, se exige que si el turismo va a convertirse en la actividad principal de alguna localidad ésta debe estar cada vez más ligada al concepto de sustentabilidad (Rendón, 2010).

El *turismo sustentable* puede definirse como un enfoque integral que busca desarrollar procesos que permitan que se produzca el desarrollo turístico sin degradar o agotar los recursos que posibilitan ese desarrollo.

La sustentabilidad en el turismo se ha manifestado de diversas formas, tales como: ecoturismo, turismo verde, turismo rural o agroturismo, turismo comunitario, turismo justo, solidario, étnico o más recientemente como turismo responsable. Todas estas modalidades de turismo son consideradas instrumentos de desarrollo que buscan minimizar los impactos negativos de la actividad y maximizar sus beneficios, reconociendo los límites del turismo, la necesidad de manejar cuidadosamente los recursos y buscando incorporar mecanismos de integración entre los seres humanos y el entorno. La relación de dependencia y complementariedad entre cultura, medio ambiente y turismo se ha convertido en una consideración básica al formular políticas de desarrollo turístico.

El turismo puede ser una herramienta eficaz para aceptación de la diversidad y a la unidad de la humanidad, consideraciones planteadas en la Conferencia Internacional sobre Turismo, Religiones y Diálogo entre las Culturas (OMT, 2007).

El turismo de acuerdo con Maldonado es:

“Una herramienta para la contribución al desarrollo sustentable, en especial para la lucha contra la pobreza y el sub desarrollo económico. Un medio para el rescate

y la revaloración social, cultural y ambiental, así como para el reflejo de la diversidad. Un elemento nexo para establecer relaciones dinámicas, participativas, de diálogo e integración, en función a los valores del patrimonio en beneficio de los intereses de los residentes, de los turistas y de la humanidad” (Maldonado, 2008:12-14).

II. LA GESTIÓN AMBIENTAL EN EL TURISMO

Para acceder a un desarrollo socioeconómico consecuente con la protección del medio ambiente y en armonía con la calidad de vida de las comunidades locales, es necesario proyectar acciones estratégicas dirigidas a minimizar las incidencias adversas de los actuales modelos y estilos de desarrollo en los estados de calidad ambiental. Al respecto, la inserción de la dimensión ambiental constituye un componente de gran importancia para la consolidación del desarrollo sustentable, cuyo análisis deriva en condición imprescindible para optimizar las relaciones entre el medio ambiente receptor y los diferentes tipos de actividades socioculturales y productivas.

En este contexto la gestión ambiental es viable para el posicionamiento estratégico de diferentes espacios geográficos como zonas para el turismo sustentable. El turismo como factor de desarrollo demanda estrategias regionales y locales que promuevan nuevos modelos que impulsen la implementación de Sistemas de Turismo Responsable, fundamentados en la gestión y el manejo de los impactos, con el propósito de minimizar los de carácter adverso y maximizar los benéficos (Gonzalez, 2006).

Incorporar prácticas ambientalmente sustentables en las empresas actualmente parece entenderse como una gestión positiva tanto para el ambiente como para la sociedad.

Para Colby, la gestión ambiental es entendida “...como el campo que busca equilibrar la demanda de recursos naturales de la Tierra con la capacidad del ambiente natural, debe responder a esas demandas en una base sustentable, surge como el elemento fundamental en la búsqueda de la sustentabilidad ambiental”. (Colby 1990 citado en Cavalcanti 2002).

La gestión ambiental debe enmarcarse en aspectos legales y políticas claras de evaluación previa, como de control y monitoreo. Cavalcanti (2002) también menciona que es reorientada hacia la protección ambiental, no más en un sistema cerrado, el cual es sustituido por el modelo de economía biofísica, una economía abierta, termodinámicamente encajada dentro del ecosistema, parte del flujo de recursos biofísicos (energía, materiales y los ciclos de procesos ecológicos) sale del ecosistema para la economía, y la energía degradada (no utilizable) y otros subproductos (contaminación) fluyen de vuelta para el ecosistema.

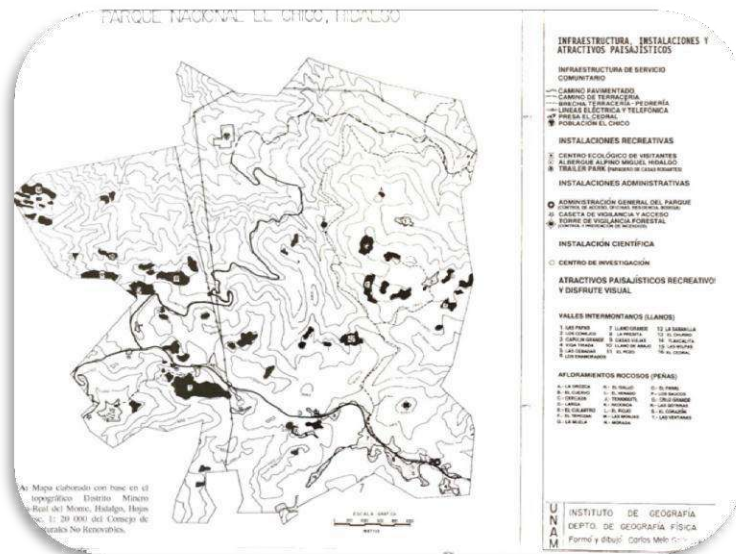
En este contexto, la gestión ambiental turística es un proceso que incluye las operaciones inherentes a la consecución de una acción, considerando que la acción es una transformación de la realidad, donde se definen interacciones entre naturaleza y sociedad, a partir del uso turístico. El concepto de „naturaleza“ abarca tanto los ecosistemas vírgenes como aquellos con cierta transformación o antropizados (Encabo, 1998).

III VALLE TURÍSTICO “LLANO GRANDE”, HIDALGO

El lugar que nos ocupa en esta investigación es el ejido El Cerezo, en el cual se encuentran asentados los valles turísticos: Peña Redonda, Valle de los Enamorados, Cebadas, Llano Largo y Llano Grande, específicamente es este último valle donde se centrará el presente estudio. Todo el ejido posee 259 hectáreas y 12 de ellas están destinadas para la práctica de

actividades recreativas, desde 1938 existen 27 ejidatarios que organizan la actividad turística.

El ejido de El Cerezo se encuentra ubicado en el municipio de Pachuca de Soto, en el estado de Hidalgo, dentro del área de influencia del Parque Nacional El Chico. En este valle los integrantes del ejido se han organizado para constituir el valle turístico “Llano Grande” tiene una oferta recreativa de actividades alternativas que implican en su mayoría el contacto con la naturaleza, la infraestructura turística es escasa pues los encargados de los valles han improvisado algunos servicios para el turista (estacionamiento, sanitarios, alimentos y bebidas); la administración está a cargo de los ejidatarios quienes han propuesto un comité quien se encarga del cobro por la entrada a los valles y de la organización de los prestadores de servicios turísticos.



Fuente: Carlos Melo (Melo,1994)

Recientemente, se ha venido documentado las problemáticas -en su mayoría ambientales- ocasionadas (Domínguez, 2004; CONANP, 2005) por este tipo de turismo; si bien la población de esta comunidad ha encontrado en el turismo una alternativa económica ante las restricciones impuestas a los recursos forestales por algunas instituciones como la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), lo cierto es que la forma en cómo los integrantes de esta comunidad desarrollan dicha actividad ha desencadenado una serie de problemas sobre el entorno, principalmente, por la inadecuada planeación. La actividad turística ha comenzado a poner en riesgo el aprovechamiento sustentable del bosque, la mayoría de los valles ya presentan problemáticas ambientales fuertes causadas por la inadecuada planeación y la poca diversificación de la actividad; algunos reportes hacen mención de las grandes cantidades de basura, la erosión de los valles, la destrucción de herbáceas y retoños debido al tránsito de vehículos por los parajes e incluso se mencionan los incendios ocasionados por fogatas mal apagadas (CONANP, 2005).

Es importante mencionar que en el valle turístico, la práctica del turismo bajo un esquema de sustentabilidad ha sido escaso, y si bien es cierto el municipio cuentan con un documento llamado Agenda 21 así como estudios de capacidad de carga e impacto ambiental, estos instrumentos no han logrado organizar la actividad turística, de tal forma que tanto la comunidad como gobierno municipal, las instituciones privadas y las ONG'S conjunen esfuerzos a favor del desarrollo local, la mejora de calidad de vida de la población local y, sobre todo, del cuidado del entorno natural. Se busca la viabilidad de un turismo responsable, que lo haga sostenible ecológica, económica, social, cultural y políticamente, para que sea un factor decisivo del desarrollo local, donde sea posible construir un lugar menos desigual, contaminado y sin injusticias.

IV LA SISTÉMICA COMO MEDIO DE ABORDAJE PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL

La Teoría General Sistemas es una ciencia que integra a las demás ciencias, por ello algunos autores a han utilizado para desarrollar propuestas en el turismo ya que permite una visión holística que supera el reduccionismo de mantener una visión en particular. Los estudiosos sociales focalizaron sus esfuerzos en elaborar explicaciones y modelos sobre las etapas de expansión-evolución del sistema turístico, con énfasis en aspectos geográficos, económicos o antropológicos. Cooper (1997), particularmente, elabora un modelo, sobre el sistema turístico que sirve de base conceptual al considerar las formas de relación entre los elementos mencionados a continuación: a) Los turistas - actor principal dentro del sistema. b) elementos geográficos - se identifican tres ámbitos geográficos: región generadora de viajeros, región de destino turístico y región de tránsito en ruta. c) La industria turística- se considera el rango donde los negocios y las empresas se involucran (Cooper, 1997).

De acuerdo con el modelo anterior, cada uno de estos elementos interactúa con los demás para establecer una red de comunicación y de transacciones, generando una serie de impactos en los ámbitos geográficos señalados, los cuales son de aplicación general. El modelo ha sido útil para referir el sistema de clientes y proveedores del producto y de los servicios turísticos entre áreas geográficas distintas, de acuerdo a una lógica de intercambio referida en el modelo orgánico.

Sergio Molina, pionero del estudio del turismo en México, describió al turismo desde una concepción sistémica de la siguiente forma: *“el turismo, está integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para alcanzar un objetivo común”*(1986: 37). Este autor, caracterizó a la actividad turística como un sistema abierto, sustentándose en una visión holística para conocer la complejidad organizada y la totalidad. En este sentido, el

turismo fue concebido de una manera totalizante e integradora, como un “objeto orgánico”, dinámico y probabilístico.

En la década de los años noventa, los modelos de sistema turístico incorporaron un esquema sistémico procesal, superando las concepciones mecánica y orgánica, los cuales constituyen dos ejemplos de esta nueva concepción y que desprenden las propuestas de Gunn (2002) y Ascanio (en Schlüter, 2008: 25), ambos basados en la variante de retroalimentación o feed back positivo. El primero ofrece un modelo más contemporáneo sobre los componentes del sistema turístico como base conceptual para la planificación turística, concibiendo a la demanda y la oferta como las dos fuerzas principales en la conducción de dicho sistema y describe los factores externos al sistema que influyen en su funcionamiento compuesto por: financiamientos, recursos culturales, recursos naturales, políticas gubernamentales, competencia, comunidad, emprendedores y aspectos laborales. En el caso de Ascanio, el sistema turístico se articula por dos ambientes internos: el físico-empresarial (empresas, paisajes, etc.) y el comunal o humano (comunidades receptora y de visitantes), ambos interrelacionados por el carácter de servicio del turismo. Esta visión es compatible con la multidisciplinariedad del turismo, ya que en estudios particulares esta actividad se aborda desde la perspectiva económica, social, cultural, ambiental, antropológica, administrativa, etc.

Alfonso de Jesús Jiménez (2004), genera su propuesta a partir del modelo Leiperiano, y resalta la condición isomórfica; en la cual, los componentes del subsistema deben tener las mismas características para todos los casos. Para abordarlos propone la utilización de cuatro diferentes criterios conceptuales de análisis para cada uno de los tres ámbitos (región o localidad emisora; región o localidad receptora y ámbito de vinculación), que debe

considerar el intercambio de energía, acciones y reacciones con el contexto histórico, político, económico y tecnológico, que constituye el marco epistémico del sistema.

Un sistema es un conjunto de elementos relacionados para el logro de un propósito en común. Eventualmente se considera al pensamiento de sistemas y al pensamiento analítico como componentes del pensamiento científico. El pensamiento de sistemas se fundamenta sobre dos pares de ideas: la emergencia y la jerarquía; así como, la comunicación y el control.

El pensamiento sistémico parte de la definición de que el todo es mayor que la suma de sus partes, presente en el pensamiento Aristotélico¹⁵ el cual se gesta del modelo de las causas comunes. En este sentido los sistemas se diseñan y evalúan bajo un enfoque teológico, que a su vez determina el propósito del sistema, sus elementos y relaciones (Vazquez, 2005). El pensamiento de sistemas, hace uso consciente del concepto particular de integridad que se aprende en la palabra “sistema”, para ordenar nuestros pensamientos. La “práctica de sistemas”, entonces, implica el uso del producto de ese pensamiento para iniciar y guiar acciones que podemos llevar a cabo en el mundo (Checkland, 2006).

Esta definición llevó a Bertalanffy (1976) a precisar un conjunto de conceptos que se mencionan a continuación:

- a. El concepto de sistema abierto, que rebate el de sistema cerrado, en el cual no existía ninguna interconexión con el entorno.
- b. El concepto de equifinalidad, el mismo que permite explicar cómo bajo diversas condiciones iniciales es posible llegar al mismo estado final.

¹⁵Aristóteles, uno de los mayores pensadores griegos, concluyó que las ideas no existían de manera separada de su encarnación en objetos del mundo. Por el contrario, los objetos exhibían un esfuerzo por alcanzar su fin verdadero (telos), y el “fin encarnado” o entelequia era el objeto de estudio científico.

c. El concepto de neguentropía, propuesto como contrapartida al de entropía. Los sistemas cerrados llevan al desorden y al caos. El grado de desorden es medible a través de la entropía. La única manera de vencer la entropía emergente en un sistema cerrado es mediante el concepto de sistema abierto, que permite el ingreso de entropía negativa para establecer un equilibrio en la estructura del sistema (Bertalanffy, 1976). Para estudiar los sistemas se acude a la taxonomía de Boulding el cual esquematiza los distintos tipos de sistemas de acuerdo a sus mecanismos internos de comunicación y control (ver tabla 1).

Tabla 1. Jerarquía de los sistemas de Boulding.

Sistemas mecánicos	Sistemas vivientes	Sistemas Sociales
Sistemas no vivientes.	Sistemas abiertos con estructura de auto-mantenimiento (células)	El nivel humano caracterizado por la autoconciencia, auto reflexión y conducta de integración.
Estructura estática (marcos de referencia)	Organismos vivientes con poca capacidad de procesamiento de información (Plantas)	Sistemas y organizaciones sociales
Estructuras dinámicas simples	Organismos vivientes con una capacidad de procesamiento de información más	Sistemas trascendentales. (Están más allá de nuestro conocimiento).

desarrollada pero no
autoconscientes

Fuente: Boulding (1956)

De acuerdo a la tabla anterior, se observa que los sistemas sociales tienen un grado de complejidad mayor debido a que mantienen un número elevado de elementos y relaciones para poder constituirse.

Los sistemas sociales revelarán “tendencias” en vez de “leyes” y el científico social reducirá su campo de estudio no exactamente al estudio de la realidad social, sino solamente a la lógica de las situaciones, generando hallazgos del tipo “En la situación A, un resultado probable es B”, sin ninguna garantía de que esto se lleve a cabo en cualquier situación particular ya que a través de los años, con el crecimiento del conocimiento humano, la “lógica de las situaciones” cambiará de manera gradual (Vazquez, 2005).

Modelos métodos y metodologías sistémicas:

Para conocer y mejorar los sistemas se acude al enfoque de sistemas, la metodología de los sistemas, el pensamiento complejo y las teorías sistémicas. La integración de los métodos cualitativos y cuantitativos ayuda a reconocer los sistemas a estudiar y los medios de abordaje procurando el reconocimiento del sistema a estudiar y promulgando su mejora (Tejeida, 2004).

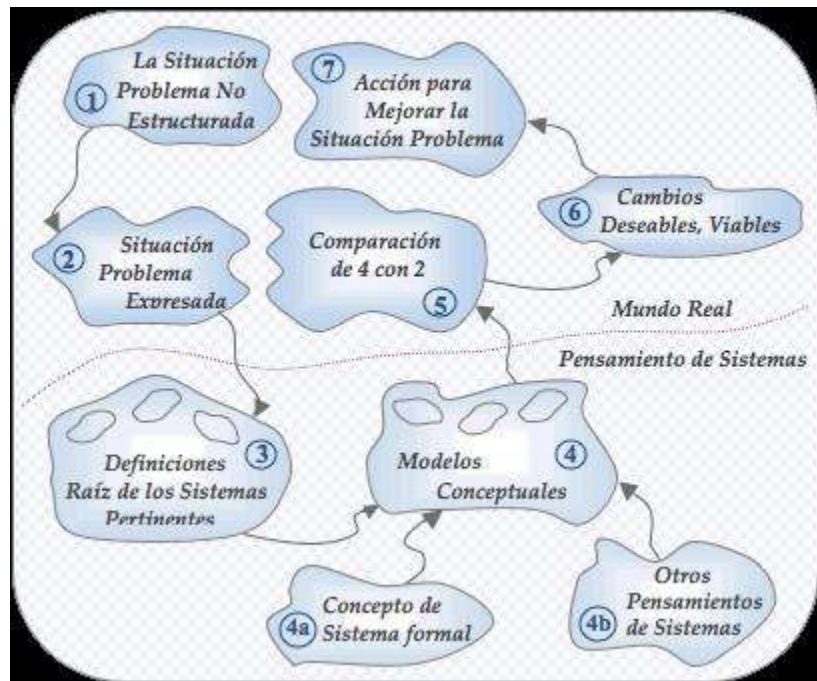
El tratamiento sistémico compete a la identificación de métodos compatibles con la estructura interna de cada sistema. De acuerdo con Jackson (1991), existen los sistemas unitarios, plurales y coercitivos, los cuales pueden ser mecánicos o sistémicos. En el caso

de los sistemas plurales sistémicos el autor recomienda las aproximaciones desde los sistemas suaves ya que son sistemas que pueden decidir sus medios de integración a través del dialogo.

En la visión contemporánea el concepto de sistemas se amplía, pasando de ser un concepto abstracto que Bertalanffy (1995) utilizó para etiquetar las partes del mundo, a formar parte de un concepto superior, el “holon”, desarrollado por Checkland (2001), cuyo significado refiere la idea abstracta de un todo que tiene propiedades emergentes (capacidad de perseguir el propósito del todo), una estructura, proceso de comunicación y control que le permite sobrevivir y adaptarse al medio. El holon es utilizado en la Metodología de Sistemas Suaves (MSS), para generar el proceso de indagación (metodología cíclica) en la cual el sistema de actividad humana es nocional al describir al propósito definido a partir de una perspectiva declarada, la visión del mundo (Briones, 2011).

La Metodología de Sistemas Suaves (cuyo términos en inglés es SoftSystemMethodology (SSM) sirve para aborda sistemas no muy bien estructurados. Esto distingue la Metodología de los Sistemas Suaves de otras metodologías que se ocupan de los problemas duros que están a menudo más orientados a la tecnología. SSM constituye un medio de abordaje con mayor robustez y permite una visión holística de los suprasistemas y los subsistemas del sistema de enfoque, que mantienen componentes de índole social, político, ambiental y cultural, como el sistema de gestión ambiental. Por lo tanto la Metodología de los Sistemas Suaves, es una manera útil de acercarse a situaciones complejas.

V IDENTIFICACIÓN DE ABORDAJE HOLÍSTICO DE LA TEMÁTICA DE ESTUDIO



En el caso al estudio de la gestión ambiental en el Valle Turístico Llano Grande en el estado de Hidalgo es un sistema abierto relacionado o vinculado con los diferentes actores, la comunidad receptora, las instancias reguladoras de la actividad, proveedores y la demanda en este caso los visitantes, sin embargo mantiene un propósito definido de acuerdo a la taxonomía de Blouthing (1956) y a la identificación de Jackson (1991). El sistema de Gestión Ambiental en Llano Grande puede ser abordado mediante el MSS debido a que constituye una metodología flexible con siete estadios y con la inclusión de considerar de ser necesario otros pensamientos de sistemas.

La MSS incluye dos tipos de actividades. Los estadios 1,2,5,6 y 7 son actividades “del mundo real” que necesariamente involucra gente en la situación problema; los estadios 3,4,4^a y 4b son actividades del “pensamiento de sistemas” que quizá pueda o no involucrar

aquellos en la situación problema, dependiendo de las situaciones individuales del estudio. En general el lenguaje de los primeros estadios será el mismo que el lenguaje normal de la situación problema, el de los 3, 4, 4ª y 4b será el lenguaje de sistemas, porque es en estos estadios donde la complejidad del mundo real se desenmaraña y entiende como resultado de la traducción a un lenguaje de nivel superior de los sistemas.

Estadios 1 y 2: la expresión

1. Situación del problema no estructurado

En esta etapa inicial es necesario que el investigador conozca la naturaleza del problema basándose en información analizada en el marco teórico y la percepción de la situación en que se encuentra una porción de la realidad social afectada por un problema que le hace actuar no de acuerdo a lo que desearía. En esta acción primaria se trata de determinar el mayor número posible de percepciones del problema y demás expresiones que suceden en una realidad determinada. En el objeto de estudio este estadio ayuda a integrar información del entorno de relaciones para tener un primer acercamiento de la presentación del entorno problemático, pudiendo desarrollar de ella la construcción mental más detallada posible de las situaciones que acontecen. En este proceso la observación de los sucesos se ve liberado de las interrelaciones existentes entre los elementos que participan en la porción de la realidad percibida, dejando como función del investigador, percibir elementos, expresiones, entornos y demás hechos no relacionados pero que son relevantes de tal percepción. A través de un proceso abductivo de identificación de los sistemas involucrados.

2. La situación del problema expresada

Esta fase implica ver los sucesos acaecidos en la realidad problemática con mayor claridad y precisión, despojándose de conclusiones y puntos de vistas y con la mayor neutralidad posible describiremos la realidad en Cuadros Pictográficos, estos cuadros pictográficos en este trabajo ayudaran a Identificar el entorno inmediato del objeto de estudio y sus relaciones para plasmarlos en gráficos enriquecidos, estos representan a los actores involucrados y su vínculo de relaciones

Estadio 3: Definiciones raíz de sistemas pertinentes

En esta etapa, se nombrara un sistema el cual está con condiciones de crear discernimiento, para este caso de estudio ayudara a realizar una definición raíz de los sistema relevantes para con ello constituir el modelo conceptual, debe ser una descripción concisa de un sistema de actividad humana desde un tipo de punto de vista específico que se creé será útil para mejorar la situación o resolver el problema. Para ello se parte de una cosmovisión o Weltanschüüngen que se tengan de la situación problema, será la definición del proceso de transformación a desear y permite generar una serie de definiciones básicas, cada una indicativa de los cambios que se juzgan necesarios.

Existen seis factores que definen como bien formulada una definición básica, se resume en las siglas CATWOE

Cliente (C): Todos los que pueden ganar algún beneficio del sistema son considerados clientes del sistema. Si el sistema implica sacrificios tales como despidos, entonces esas víctimas deben también ser contadas como clientes.

Actores (A): Los agentes que transforman las entradas en salidas y realizan las actividades definidas en el sistema, (aquellos que harán la transformación).

Proceso de transformación (T): Esto se muestra como la conversión de las entradas en salidas.

Weltanschüüngen (W): La expresión alemana para la visión del mundo. Esta visión del mundo hace el proceso de transformación significativo en el contexto.

Dueño (O): Cada sistema tiene algún propietario, que tiene el poder de comenzar y de cerrar el sistema (poder de voto).

Restricciones ambientales (E): Estos son los elementos externos que deben ser considerados. Estas restricciones incluyen políticas organizacionales así como temas legales y éticos

Estadio 4. Confección y verificación de Modelos conceptuales.

Los modelos conceptuales representan el "cómo" se podría llevar a cabo el proceso de transformación planteado en la definición básica. Una vez descrito la definición básica, en esta fase se genera un modelo conceptual de lo expresado en ella, es decir construir un Modelo Sistema de Actividades necesarias en la Gestión Ambiental, para lograr la transformación descrita en la definición. Este modelo conceptual permitirá llevar a cabo lo que se especifica en la Definición básica, convirtiéndose adecuadamente en un reporte de las actividades que el sistema debe hacer para convertirse en el sistema nombrado en la definición. La construcción del modelo se alimenta en 2 etapas:

Concepto de Sistema Formal: éste consiste en el uso de un modelo general de sistema de la actividad humana que se puede usar para verificar que los modelos construidos no sean fundamentalmente deficientes. En el caso de estudio se identifican disfuncionalidades.

Otros Pensamientos de Sistemas: consiste en transformar el modelo obtenido en alguna otra forma de pensamiento sistémico que, dadas las particularidades del problema, pueda ser conveniente.

Estadio 5. Comparación de los modelos conceptuales con la realidad

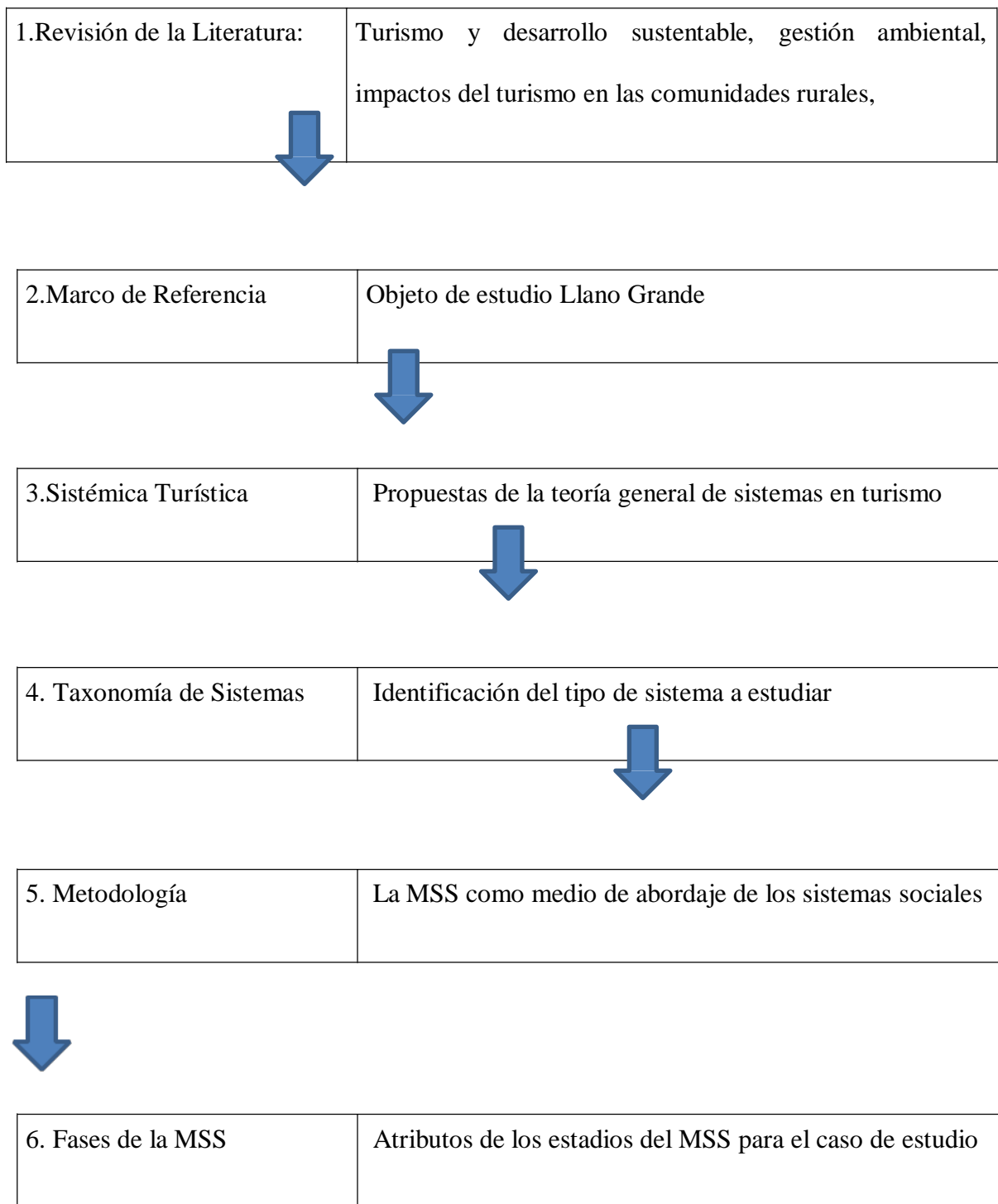
El objetivo de esta etapa es comparar los modelos conceptuales elaborados en la etapa 4 con la situación problema analizada en la etapa 2 de Percepción Estructurada, esto se debe hacer junto con los participantes interesados en la situación problema, con el objeto de generar un debate acerca de posibles cambios que se podrían introducir para así aliviar la condición del problema. Además es necesario comparar para determinar si el modelo requiere ser mejorado su conceptualización, elaborado en la etapa anterior.

Estadio 6 y 7. Habilidad de cambios “plausibles y deseables”

Una vez concluida la comparación de los Modelos Conceptuales con la situación de la realidad problemática estructurada y determinando las diferencias, se procede a ejecutar aquellas medidas propuestas en la etapa anterior que lleva a mejorar la situación problema. Con base a la comparación de desprenden los cambios factibles y deseables y se proponen las acciones para mejorar la situación problema. El proceso de investigación acción no representa el fin de la metodología, pues en su aplicación se transforma en un ciclo de continua conceptualización y habilidad de cambios, siempre tendiendo a mejorar la situación.

Tabla 2. Propuesta metodológica de la gestión ambiental en el valle turístico Llano Grande,

Hgo.



Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES

La presente investigación, muestra algunos conceptos y definiciones con respecto al desarrollo sustentable y su relación con el turismo, si bien no son temas nuevos, hoy en día son cada vez más estudiados y tomados en cuenta para entender las situación que aqueja a los diferentes rubros de esta actividad, igualmente como apoyo para las comunidades rurales y su mejor planeación y así entender que la gestión ambiental es una herramienta para lograr el tan deseado desarrollo sustentable. Esta investigación sirve de base para la identificación la problemática por medio de los estadios de la Metodología de los Sistemas Suaves que nos permite superar el reduccionismo y visualizar la situación desde una visión holística para considerar varios aspectos relacionados y con ello, clarificar el problema de estudio y los posibles métodos de acción que coadyuven a la mejora de la situación problemática.

Con este estudio se llega a las siguientes reflexiones

1. El turismo es un sistema complejo
2. El turismo se compone primordialmente de sistemas sociales con propósito definido y cualidad emergente
3. La MSS sirve de apoyo para comprender problemas no estructurados
4. Los Estadios nos ubican dos planos: el mundo real y el pensamiento sistémico
5. Con lo anterior se desarrolló un esquema de diseño metodológico para el llano grande

BIBLIOGRAFÍA

Bertalanffy, L. (1976). *Teoría General de los Sistemas*. España: Fondo de Cultura Económica.

Briones, A. (2011). Modelo socio-técnico de calidad para el mejoramiento integral de los servicios de los Hoteles Gran Turismo de la ciudad de México, Tesis de doctorado en Ingeniería en sistemas, Instituto Politécnico Nacional, México

Boulding, K. (1956). *The Image*, Ann Harbor the University of Michigan Press

Calcavati, Rachel (2000) II Curso Internacional de aspectos geográficos y protección al ambiente (notas de clase dictadas) consultado en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163153s.pdf> [27 de mayo 2014]

Colby, M.E. *Environmental Management in Development*. Citado por Cavalcanti Rachel “Gestión Ambiental” En II Curso Internacional De Aspectos Geológicos De Protección Ambiental, Campinas, SP – Brasil Publicado En 2002 Por La Oficina Regional De Ciencia De La Unesco Para América Latina Y El Caribe Oficina De Unesco En Montevideo

Cooper, C. et. al. (1997) *Turismo, Principios y Práctica*, México: Diana.

Checkland, P. (2006). *Pensamiento de Sistemas, Práctica de Sistemas*. México: Limusa.

Encabo, M. (1998): El Periurbano como espacio recreativo. Tesis de Maestría. Inédita. Mar del Plata, FAUD, Universidad Nacional de Mar del Plata.

Galopin, G. (2003). *fidamerica.cl*. consultado en: http://www.fidamerica.cl/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc_1030.pdf [15 de mayo de 2014]

Gonzalez, M. (2006). Gestión Ambiental de los impactos del turismo en espacios geográficos sensibles. Quito, Ecuador. consultado en: <http://repository.unm.edu/bitstream/handle/1928/11720/Gesti%C3%B3n%20ambiental%20>

de%20los%20impactos%20del%20turismo.pdf?sequence=1.[15 de mayo 2014]

Izquierdo, J. (2006). *Expotural. consultado en*: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20sostenible/gestion%20ambiental%20y%20nuevos%20retos%20de%20turismo%20rural.%20La%20Gomera.pdf> [16 mayo 2014]

Jackson, M. (1991). *Contemporary systems thinking systems methodology for the management sciences*; Plemun Press New York and London.

Jiménez, A. (2004) Una aproximación sistémica al turismo: implicaciones para la multi y la transdisciplinariedad. *Universidad del Caribe. consultado en*: http://www.sectur.gob.mx/Congreso_de_Investigacion/ponencias/Alfonso%20Jimenez.pdf [03 marzo 2014]

Maldonado, C. (2006). *REDTURS. consultado en*:

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/@ifp_seed/documents/publication/wcms_117521.pdf [20 de Abril de 2014]

Melo, C. (1994). Parque Nacional El Chico, Marco-Geográfico Natural y Propuesta de zonificación para su manejo operativo. *Investigaciones Geográficas boletín. consultado en*: http://www.igeograf.unam.mx/sigg/utilidades/docs/pdfs/publicaciones/inves_geo/boletines/28/bol28_art221.pdf [18 mayo 2014]

Monterroso, N. (2009). La reconfiguración neoliberal de los ámbitos rurales a partir del turismo ¿avance o retroceso? *Convergencia revisa de ciencias sociales*, 133-164.

Molina, Sergio (1986), *Planificación del Turismo*, México: Nuevo Tiempo Libre.

Nebel, B. (1999). *Ciencias ambiental, ecología y desarrollo sostenible*. México: Prentice Hall.

OMT. (Octubre de 2007). *Organización de las Naciones Unidas. consultado en*: http://sdt.unwto.org/sites/all/files/pdf/conclusions_sp.pdf [18 abril 2014]

OMT. (2010). *Red de la Organización Mundial de Turismo*. consultado en:
<http://step.unwto.org/es/content/publicaciones-principales>[9 de abril de 2014]

OMT. (2013). *Organización Mundial de Turismo*. consultado en:
http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_sp_hr_0.pdf
[20 de abril de 2014]

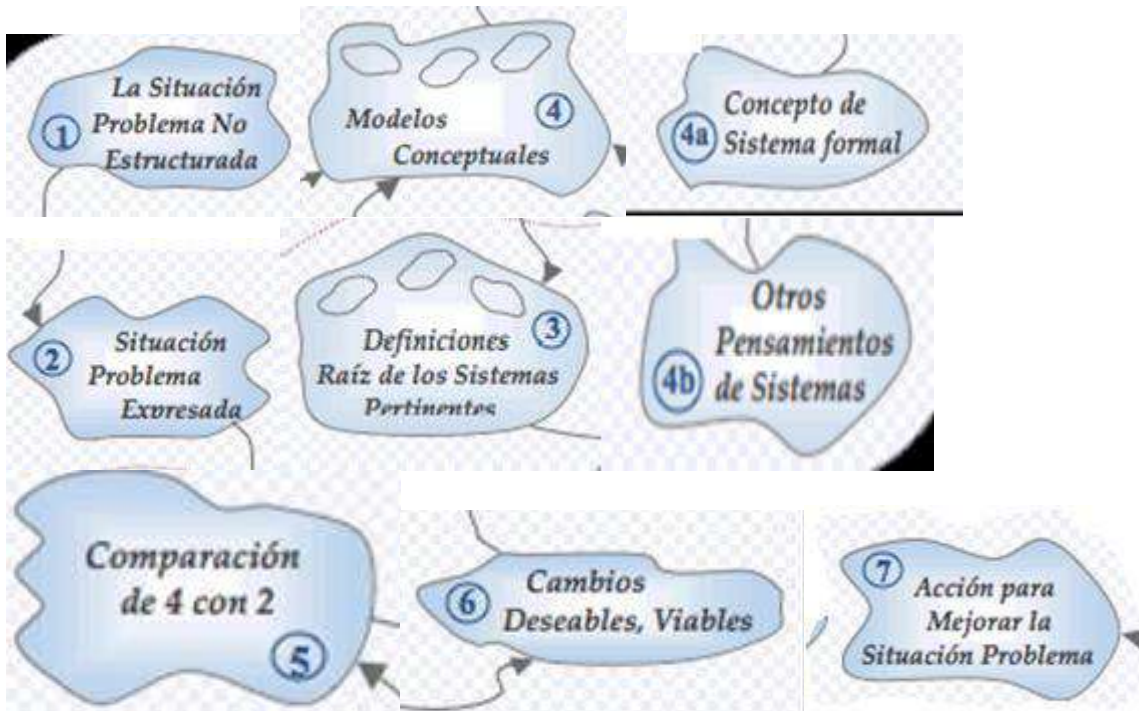
Rendón, M. (2010). Instituto Latinoamericano de Ciencias. *Desarrollo Sostenibel y Turismo*. Lima, Perú: Instituto Latinoamericano de Ciencias.

Rivas, H. (2013). *UACH*. consultado en:
<http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n3/art04.pdf> [14 de mayo de 2014]

Shluter, R. (2008) *Turismo una visión integrador*. España: Centro de Investigación y Estudios Turísticos.

Tejeida, R. (2004) *Los conceptos de entropía y evolución en la administración: Teoría Exelítica de las organizaciones*. Administración contemporánea, Revista de investigación, Vol. 2 Colpaxmex, México

Vazquez, B. (2005). UNAD. *Pensamiento de Sistemas*. Bogotá, Colombia: UNAD.



La artesanía y el comercio justo: un acercamiento a las implicaciones sociales en la etapa de la producción

Cruz Coria Erika

*Profesora-investigadora del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la UAEH.
Correo electrónico: ecoria84hotmail.com*

Arias Martínez Janeth

Alumna de la Maestría en Planeación de la Universidad de Quintana Roo. Correo electrónico: janet_785@hotmail.com

Resumen

Un discurso cada vez más generalizado es aquel que se centra en el reconocimiento de las implicaciones sociales del comercio justo en la etapa de la producción. Los productores artesanales están obligados a sentar las bases del comercio justo ya que deben garantizar el funcionamiento democrático de sus organizaciones. El presente trabajo de investigación pretende realizar un acercamiento a las dimensiones sociales permiten a las organizaciones artesanales generar las condiciones para un comercio social, económico y ambientalmente más equitativo. Tomando en cuenta algunos de los postulados de la economía solidaria propuesta por Coraggio (2011) así como la propuesta de comercio justo realizada por Cecon & Cecon (2010) y los criterios de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), se identifican algunas dimensiones sociales que deben tomarse en cuenta para que los grupos u organizaciones artesanales movilicen sus recursos con la finalidad de producir, intercambiar y utilizar sus bienes, de forma tal que se puedan satisfacer de la mejor manera posible las necesidades que establecen como legítimas todos sus miembros.

Palabras clave: dimensiones sociales, comercio justo, artesanía, turismo.

Introducción

La producción artesanal no debe verse como una actividad aislada sino como un fenómeno en el que se involucran elementos económicos, técnicos, productivos, comerciales, sociales, estéticos y culturales de gran complejidad y que se desarrolla por lo general integrada o en espacios limítrofes con otras expresiones de arte y la cultura y con la propia producción industrial. La creación artesanal debe ser analizada como un proceso dinámico que abarca los ciclos de creación-producción, circulación y consumo y se vincula con otros fenómenos críticos del contexto actual como lo son los problemas del agotamiento de los recursos naturales y la crisis medioambiental; con la suplantación del trabajo manual por la industria, los asociados con las migraciones del campo a la ciudad, los que atañen a las oscilaciones del mercado, particularmente en su vínculo con la industria turística, entre otros.

El comercio justo es un paradigma que busca impulsar procesos más equitativos en la circulación y consumo de los productos artesanales; sin embargo, éste esquema debe partir de las condiciones y posibilidades sociales desarrolladas por los productores al interior de sus organizaciones, debido a que son los artesanos quienes deben garantizar el funcionamiento democrático de las mismas. Los productores están obligados a sentar las bases del comercio justo, por lo que deben ser ellos quienes generen las condiciones para llevar a cabo una actividad sostenible a nivel económico, medioambiental y social.

En este sentido, el presente trabajo de investigación pretende abordar las implicaciones sociales que en la etapa la producción artesanal deben estar presentes en los grupos u organizaciones artesanales, de tal forma que esta actividad pueda impactar el desarrollo de un comercio más justo y equitativo de sus creaciones artesanales.

Para ello se realiza una revisión de los postulados de la economía solidaria propuesta por Coraggio (2011), de la propuesta de comercio justo elaborada por Ceccon & Ceccon (2010) y de los criterios de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) a partir de los cuales se propone el estudio de las implicaciones sociales al interior de los grupos u organizaciones artesanales con la finalidad de sentar las bases para un comercio justo. Se parte de la idea de que el comercio justo es una forma de economía solidaria, la cual es una forma distinta de producir, intercambiar, consumir y financiar, basada en valores de reciprocidad, cooperación y equidad. En este sentido se proponen algunos principios económicos que se considera son la base, en diverso grado y combinación, para emprender procesos de comercio justo al interior de las organizaciones artesanales.

En el primer apartado del documento se aborda la artesanía como una actividad que se vincula con otros fenómenos críticos del contexto actual, haciendo énfasis en la relación que ha comenzado a establecer con la actividad turística. En el segundo, se plantea la problemática de la producción artesanal en relación a la comercialización, como una de las limitantes a las que se enfrentan los grupos u organizaciones artesanales. En el tercero, se aborda el paradigma del comercio justo, haciendo énfasis en los principales actores sociales que de acuerdo con organizaciones como la WFTO, deben tener una participación activa en el ciclo económico de la producción artesanal. Y finalmente, en el cuarto apartado se señalan algunas de las dimensiones sociales que deben imperar “desde adentro y desde abajo” en las organizaciones para sentar las bases de un comercio justo.

La producción de artesanías en el contexto del turismo

Desde la década de los sesenta y con mayor énfasis durante los ochenta, el ritmo de acumulación de capital y la escasa generación de empleos en la industria resultó

insuficiente para satisfacer la demanda de la fuerza laboral en aumento. Para solucionar la crisis, el Estado propone programas para que ciertos sectores de la población generen su propio empleo en la economía informal, por medio de proyectos productivos o microempresas rurales y urbanas. Este proceso se dio como alternativa para lograr la sobrevivencia de los grupos domésticos y adquirió estructuras variadas entre las que se encuentran las microempresas artesanales, cooperativas, empresas familiares y otras formas de asociación (Zapata & Suárez, 2007).

Bajo este contexto Zapata & Suárez (2007), señalan que las microempresas de los artesanos aparecen como relevantes para hacer frente a la crisis producto de los ajustes macroeconómicos, a la apertura de los mercados globalizados, el creciente retiro del estado de la actividad social y a la necesidad de sobrevivencia de sus grupos domésticos.

Para comprender en qué medida la artesanía se puede convertir en parte del desarrollo humano se debe comprender, primeramente, a la artesanía como “el conjunto de objetos decorativos y utilitarios donde se condensan aspectos económicos, sociales y culturales que reflejan la cosmovisión de los pueblos indígenas” (Zapata & Suárez, 2007, pág. 594). Las artesanías son elementos importantes en la construcción de la identidad de las mujeres y hombres, forman parte del arte popular para retroalimentar el espíritu; son satisfactores para la reproducción humana y elementos fundamentales en la organización de la familia y la sociedad, abriendo una ventana para comprender y visualizar la conexión entre elementos naturales, simbólicos del grupo social en cuestión (Novelo, 1993).

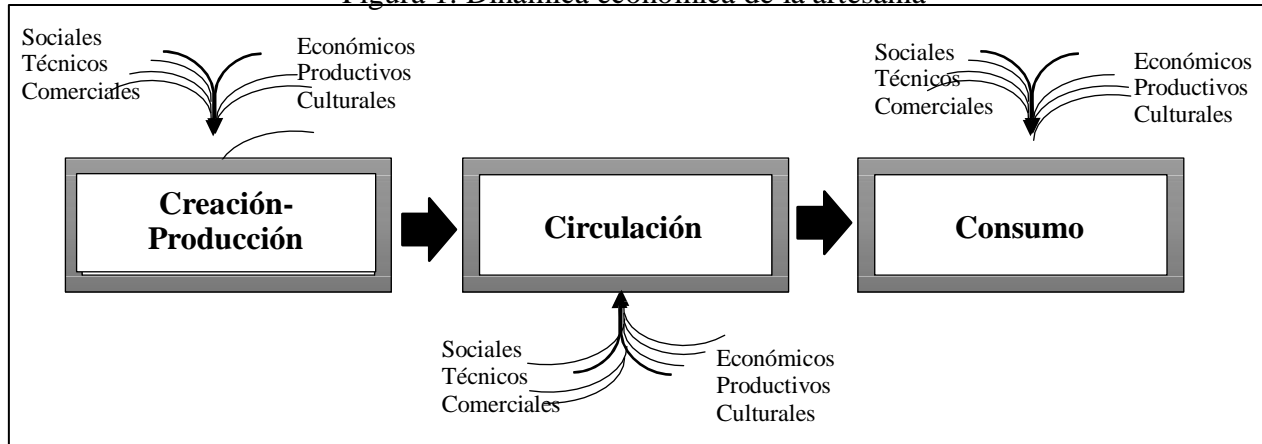
De la misma forma Padilla (2001) menciona que el artesano es aquel individuo que a partir de una materia prima y con trabajo fundamentalmente manual y auxiliado de algunas herramientas crea un objeto socialmente necesario y/o estéticamente identificado con los valores de la comunidad en la que se produce. Desde esta perspectiva, la artesanía crea arte popular, conservando en su producción métodos, técnicas y diseños tradicionales.

Con base en la definición antes mencionada y para la elaboración de esta investigación, la artesanía es un producto que debe cumplir con las siguientes características:

- a) Ser elaborado a mano o con la ayuda de herramientas manuales.
- b) Transformar productos o sustancias orgánicas e inorgánicas en artículos utilitarios o decorativos.
- c) Imprimir características distintivas, vinculadas a la cultura del lugar y
- d) Conservar en su producción métodos, técnicas y diseños tradicionales.

Según Benítez (2009), la artesanía no debe verse como un fenómeno de manera aislada sino como un tipo de actividad en la que se involucran elementos económicos, técnicos, productivos, comerciales, sociales, estéticos y culturales de gran complejidad y que se desarrolla por lo general integrada o en espacios limítrofes con otras expresiones de arte y la cultura y con la propia producción industrial. La artesanía, analizada desde esta dimensión posee una dinámica que abarca los ciclos de creación- producción, circulación y consumo y se vincula con otros fenómenos críticos del contexto actual como lo son los problemas del agotamiento de los recursos naturales y la crisis medioambiental; con la suplantación del trabajo manual por la industria, los asociados con las migraciones del campo a la ciudad, los que atañen a las oscilaciones del mercado, particularmente en su vínculo con la industria turística, entre otros.

Figura 1. Dinámica económica de la artesanía



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con Rodríguez (2002), la artesanía se entiende como una actividad restringida a un entorno local que no se encuentra integrado en la dinámica productiva general o bien como una labor complementaria de la oferta turística de algunos territorios. Actualmente, se puede ver que hoy en día las comunidades rurales forman parte y están integradas como parte de las experiencias del turismo moderno. Sin embargo, las áreas rurales necesitan ser entendidas de manera especial para asegurar una evolución apropiada del turismo y apoyar, al mismo tiempo, metas de desarrollo sostenibles de la población rural, es decir de las comunidades locales (Crosby, 2009) .

El turismo rural se plantea como una diversificación de ingresos familiares, unido a otras actividades tradicionales de agricultura, ganadería, allí donde las características del medio disponen de atractivos turísticos con una serie de riquezas paisajísticas, climáticas, ambientales, hidrográficas, deportivas, gastronómicas, monumentales, artísticas, culturales y otras, susceptibles de ser explotadas a favor de la población rural con prioridad para los ingresos y bien común y siempre en consonancia y subordinado al máximo equilibrio ecológico y tradición de la zona.

El patrimonio cultural no monumental se ha visto afectado por el desarrollo turístico y la artesanía popular es un ejemplo de ello. Aunque el turismo no es el único factor que ha influido en el cambio de función de la artesanía, fenómeno que se ha dado en la mayor parte del mundo, sí ha sido uno de los más influyentes. A la vez que los productos industriales realizados en serie y relativamente baratos fueron inundando todos los hogares del planeta, sustituyendo a los artesanales, el turismo fue creando una demanda de este tipo de productos con un objetivo ornamental o de recuerdo; el omnipresente souvenir. Este cambio del tipo de cliente y de utilidad también ha conllevado un cambio en la tipología del producto (Cañada & Gascón, 2006).

Según el objeto artesano, se va adaptando a las necesidades del turista (productos relativamente pequeños y de poco peso, resistentes al maltrato que padece el equipaje en los aeropuertos, y barato) y también adapta sus formas y dibujos a una imagen estandarizada que el cliente asume como “lo auténtico”.

Con el tiempo, la artesanía-souvenir ha ido cayendo en el menosprecio de un sector de los viajeros. Así, junto con el consumidor de este tipo de productos, coexiste una clientela más sofisticada que busca artesanías “originales”. Esto ha propiciado la aparición de mercados y circuitos de compra-venta de antigüedades. Un artesano local podría hacer ese tipo de piezas con la misma calidad. Pero aquí el valor lo da tanto el “cómo” se ha elaborado como el “para qué”: el valor lo da el hecho de haber sido elaborado para su función original y utilizado como tal (Cañada & Gascón, 2006). Sin embargo, el turismo también puede favorecer cambios que despojan las manifestaciones culturales de su significado y sólo

salvaguardan los elementos más epifenoménicos, más visibles que son tratados como un espectáculo teatral.

La actividad artesanal actual señala Benítez (2009), lleva implícita la oposición histórica entre manufactura e industria y las contradicciones generadas por la marginación y suplantación de una forma de producción por otra. Los artesanos, que por lo general pertenecen a sectores y clases sociales marginadas y desprotegidos socialmente, han debido enfrentar sus producciones como parte de la supervivencia y de la resistencia cultural frente a las hegemonías, debiendo generar mecanismos de adaptación a sistemas económicos y comerciales prevalecientes que imponen condiciones de producción adversas a las características propias del tipo de producción artesanal.

La artesanía y la comercialización

La industrialización planificada ha significado que, en la mayoría de los casos, la relación entre el cliente convencional y el artesano se vea fragmentada (Sen, 2005). Según este autor, la distancia creciente exige al artesano que se relacione y cumpla pedidos para una clientela que nunca ha visto, a la que no entiende, ni se relaciona con ella. Este artesano no habla la misma lengua que el cliente, tanto literal como metafóricamente. Esto ha permitido que una industria moderna más competitiva perjudique al artesano ofreciendo, comparativamente productos más baratos pero que le coartan la cuota del mercado. La industria moderna también ha evolucionado más en términos publicitarios, comercialización y distribución si se compara con los sectores de la artesanía tradicional.

La artesanía es una actividad realmente económica y el centro del proceso del desarrollo es la comercialización. El cliente no compra por un sentido de interés compasivo hacia el artesano; el producto tiene que tener un precio competitivo, una estética agradable y ser funcional y útil. El producto sólo puede comercializarse si es atractivo para los consumidores, es decir, si la técnica tradicional está adaptada y diseñada para satisfacer el gusto y las necesidades del consumidor contemporáneo. Los productores de artesanía no pueden ser viables económicamente si no se pueden comercializar (Sen, 2005).

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) menciona que la comercialización comprende toda la cadena de vínculos entre productores y consumidores que determinan la relación entre los ingresos de los productores y la oferta del producto. Los mercados y los sistemas de transacción utilizados pueden variar considerablemente. Algunos pueden caracterizarse por el trueque, otros por las subastas, mientras que existen mercados de futuros para determinados productos (FAO, 2004).

Para Brenes (2002), la comercialización se concibe como la estrategia y acción que emprende una organización, con el fin de colocar sus productos o servicios en el mercado, procurando una ventaja competitiva sostenible. Y para conseguir tales metas es indispensable que considere el entorno y sus tendencias.

Un factor que determina la estructura del canal de comercialización, es la característica del producto. En la mercadotecnia (marketing), la combinación del tipo de producto y las estrategias de distribución determinan el éxito de la comercialización y el incremento en ventas. Se supone que el primer elemento de la mezcla es el producto. La comercialización

implica tareas como definir cuándo, dónde y a qué precio lanzar el producto; reconocer el segmento objetivo; establecer la comunicación de la existencia del producto al mercado; señalar quién lo va a distribuir o vender, y cómo se promocionará. La teoría de la comercialización insiste mucho en que para desarrollar las alternativas de mezclas comerciales se debe tomar en cuenta, primero el tipo de producto que se desea comercializar, el perfil del consumidor y más variables del medio ambiente comercial (Hernández, Domínguez, & Ramos, 2002)

De acuerdo al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2013) los canales de comercialización de la artesanía son comprendidos como espacios permanentes, temporales o itinerantes a través de los cuales se realizan las transacciones comerciales del objeto artesanal. Éstos se encuentran estrechamente relacionados, con las características de la industria cultural como fenómeno desigual y establece posiciones diferenciadas a partir de las cuales los sujetos se insertan en el circuito económico e intentan adaptarse a sus transformaciones.

De acuerdo a la investigación empírica realizada por la UNESCO tanto la tienda como la feria resultan cruciales en este proceso, puesto que tienen un impacto evidente en el ingreso de los artesanos y es posible constatar que a medida que aumenta inserción de los productores en estos espacios, aumentan también sus ingresos (CNCA, 2013).

El mercado actual cada vez más especializado y globalizado, pone a los artesanos y a las empresas comercializadoras de artesanías frente al reto de asumir el comercio de estos productos con un enfoque de eficiencia que implica la asimilación de los nuevos medios

tecnológicos y comerciales capaces de potenciar el aporte de las artesanías a las economías nacionales (Benítez, 2009). Ante este panorama, cada vez se reducen más las diferencias entre las formas nacionales, regionales e internacionales de comercio y los productos artesanales van nutriendo ese gran mercado global que caracteriza a las industrias culturales.

Este autor también señala que entre los aspectos más complejos de la comercialización internacional del producto artesanal se encuentra su clasificación con vistas a darle un tratamiento diferenciado, no equiparado a los productos industriales y reconocer los llamados valores añadidos que caracterizan a los bienes culturales. De acuerdo a esto, ciertos sectores asociados al consumo de productos diferenciados manifiestan un cambio de actitud al preferir el producto artesanal que supone un componente psicológico asociado al agotamiento de la serialidad industrial y su explotación irracional por parte de la propaganda comercial. De ahí que cobra gran importancia la revalorización del potencial económico-comercial de los productos que llevan la marca de procedimientos manuales, ecológicos, típicos de determinadas regiones, etc.

El comercio justo

En las últimas décadas, el movimiento del comercio justo ha surgido como una iniciativa innovadora para afrontar el subdesarrollo de los pequeños productores de los países del Sur y como un reto que, frente a la globalización neoliberal, desafía los términos desiguales del intercambio y del desarrollo geográfico entre el Norte (Europa y Norteamérica) y el Sur (América Latina, África y Asia). Así, en el marco de la diferencia de condiciones económicas, sociales y políticas entre ambos polos este movimiento social, organizado a

nivel internacional mediante redes integradas por productores, organizaciones no gubernamentales, comerciantes y consumidores, busca un modelo de intercambio comercial más equitativo, a través del desarrollo sostenible y del acceso de los productores más desfavorecidos del Sur al mercado, con productos de calidad material, social y ambiental (Ceccon & Ceccon, 2010).

No existe, dentro de la historia del movimiento del comercio justo una fecha exacta de nacimiento. Sin embargo, se puede decir que el amplio movimiento por un comercio más justo tiene sus inicios en las primeras Organizaciones de Comercio Alternativo (llamadas también Alternative Trade Organizations, ATOS, por sus siglas en inglés) que empezaron a operar desde finales de los años cuarenta en Estados Unidos y en los años sesenta del siglo pasado en Europa. Estas organizaciones, muchas de ellas de carácter religioso, vendían artesanías que adquirían a través de la compra directa de los productores del Sur en desventaja (Ceccon, 2008).

El comercio justo, como lo conocemos hoy surge de la voluntad de poner en marcha el ideal de los países productores de materias primas: “comercio, no ayuda” (trade, not aid), concepto que surgió en el seno de la Comisión de Naciones Unidas para el comercio y el desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) desde la década de los sesenta (Otero, 2006). Por su parte, Ceccon (2008) destaca que esta conferencia llevada a cabo en 1964 fue la punta de lanza para el comercio justo, en la cual los países del Sur pidieron relaciones comerciales internacionales más justas que les permitieran desarrollarse económicamente, más que recibir ayuda internacional o ser objeto de políticas de cooperación. Fue entonces cuando el término “comercio justo” apareció en el foro político mundial.

Una segunda etapa del comercio justo se caracterizó por la creación de marcas o sellos de garantía que buscaban avalar la procedencia del producto, la calidad y el respeto por la naturaleza. En 1988 se crearon las primeras marcas de comercio justo en los Países Bajos: TransFair, Fair Trade Mark y Max Havelaar; ésta última se creó a raíz de los problemas de la demanda del café por parte de las principales tostadoras de Holanda. Estas marcas lograron vender los productos en los mercados convencionales (Bowen en IICA, 2007).

Según la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO, por sus siglas en inglés), el comercio justo hace referencia a un movimiento social global que promueve otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente del Sur (países en vías de desarrollo). Las organizaciones de comercio justo están comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional (WFTO, 2014).

Por su parte García (2011), señala que cuando se habla del comercio justo se hace referencia a las prácticas comerciales equitativas que sólo tienen sentido si van más allá del ámbito de las relaciones comerciales entre los países desarrollados y los emergentes y se sitúan en un ámbito de acción – local o regional– en el cual exista un conjunto de prácticas basadas en la transparencia y el acceso a la información que contribuyan a fortalecer la solidaridad entre los consumidores y los productores.

El comercio justo es factor de transparencia comercial, esto es, cuando los importadores compran directamente el producto bajo los criterios establecidos, el pago que reciben los productores es más alto; a la vez, con la reducción del número de intermediarios los precios al consumidor solo se elevan de manera moderada (García, 2011). A cambio, el consumidor sabe de dónde viene el producto que está consumiendo y se asegura de que este no está agravando la degradación del medio ambiente y ni las condiciones desfavorables de trabajo.

Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), esta iniciativa se distingue porque además de tener como horizonte la búsqueda de soluciones al problema de la pobreza, también plantea un cambio en las relaciones entre los distintos miembros de la cadena: productores, intermediarios o mediadores y consumidores. En la base de este movimiento o proceso, se encuentran la solidaridad y el cambio de relaciones entre los distintos actores y componentes de la cadena a partir de una consideración especial sobre el productor: su situación de pobreza o desigualdad en relación con otros productores que participan del mercado.

Así, la solidaridad es un valor y una práctica que comparten todos los tipos de comercio no convencionales. Por ello, se entiende por justo también lo solidario y se rescata la solidaridad como un valor perdido en el tipo de comercio competitivo. Podría decirse que el mercado actual está centrado en reglas fuertes de competencia, donde muchos de los productores del sur o de países pobres no alcanzan el nivel adecuado para competir. De esta forma, se ven desplazados por la dinámica misma del mercado donde el escenario parece no considerarlos como agentes válidos (IICA, 2007).

Son muchas las definiciones y los términos que se relacionan con el comercio justo: justicia, equidad, alternativo, solidaridad; todos éstos tienen en común la búsqueda de la igualdad de oportunidades, el desarrollo económico, el pago justo, el respeto al medio ambiente y el beneficio de todos sus actores: productores, organizaciones y consumidores (Ceccon, 2010).

Cabe recordar que el comercio justo no tiene planteamientos transgresores ni pretende invertir el orden económico y social mundial, pero sí intenta transformar indirectamente la sociedad a través de un modelo más equitativo y sustentable en donde las relaciones comerciales sean más justas, éticas y solidarias. Por lo tanto, este movimiento integra una acción y coordinación a través de una red colectiva internacional que hace del acto de comprar una acción política que, a su vez, intenta demostrar que las relaciones económicas no siempre son de libre competencia ni que siguen la mecánica de los paradigmas de la teoría económica neoclásica (Renard en Ceccon & Ceccon, 2010).

De acuerdo con Socías y Doblás (2005), el funcionamiento del comercio justo es complejo y hacen referencia a los cuatro principales actores que intervienen en el comercio justo:

a) Productores. El objetivo del comercio justo es trabajar con productores económicamente desfavorecidos, que se encuentran en países en vías de desarrollo y no pueden vender sus productos en los canales comerciales convencionales porque al ser pequeños productores no ofrecen un producto atractivo y, sobretodo, porque no pueden competir con los precios de los productos agrícolas occidentales. De acuerdo con Ceccon & Ceccon (2010), existen una gran diversidad de asociaciones de productores las cuales pueden estar organizadas en

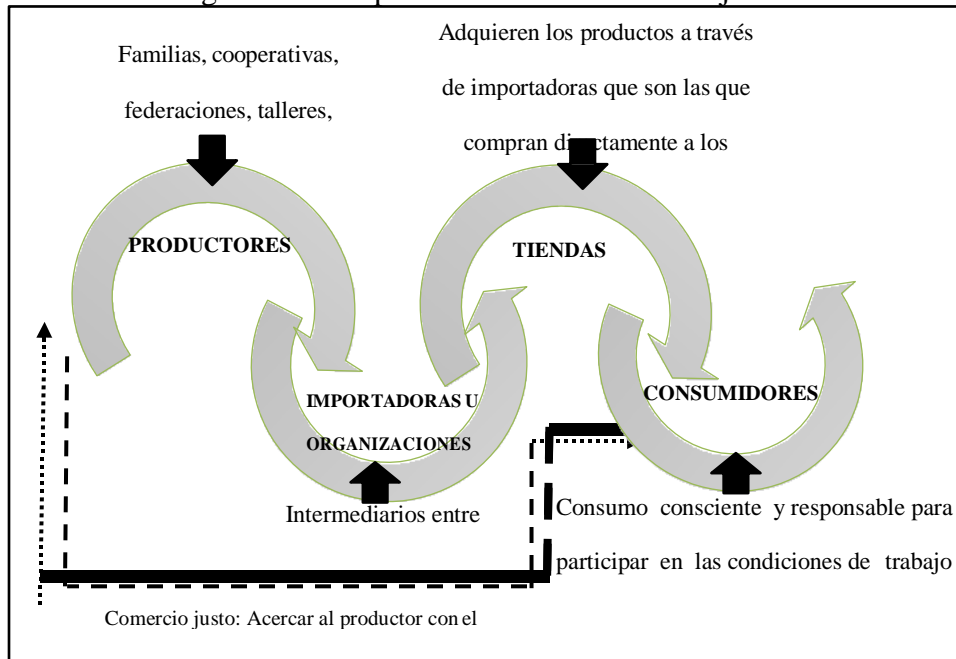
familias, cooperativas, federaciones, talleres, empresas; se organizan de esta manera porque individualmente no podrían acceder al mercado y mejorar las condiciones de vida de sus comunidades.

b) Importadoras u organizaciones del comercio justo. El comercio justo trata de eliminar intermediarios entre el productor y el consumidor, eliminando las empresas importadoras. Sin embargo estas organizaciones utilizan sus propias entidades importadoras a fin de poder reducir costes. La diferencia principal entre los intermediarios del comercio tradicional y la importadora del comercio justo, es que ésta paga un precio por encima del mercado al productor y además estas entidades no persiguen un lucro, por lo que el precio imputado a las tiendas es el de coste de la importadora (Socías y Doblás, 2005).

c) Tiendas de comercio justo. Venden productos de comercio justo y llevan a cabo campañas de información y sensibilización. Estas tiendas tienen como objetivo acercar el consumidor al productor y facilitar información sobre el lugar de origen del producto, quién lo produjo y bajo qué condiciones. Esto trae como resultado el que exista un vínculo más directo entre productor y consumidor debido a que el producto deja de ser anónimo y empieza a tener una historia detrás del producto, además de permitir al consumidor conocer las repercusiones de elegir el consumo responsable.

d) Consumidores. Uno de los beneficios del comercio justo es la generación de una nueva relación entre el consumidor y el productor. Dicha relación le da al consumidor la posibilidad de adquirir, a través del hábito cotidiano de consumo, un producto que contiene una historia y un nuevo valor social y ambiental (Ceccon & Ceccon, 2010).

Figura 2. Principales actores del comercio justo



Fuente: Elaboración propia a partir de Ceccon & Ceccon (2010)

Un acercamiento a las implicaciones sociales de la producción de artesanal para el comercio justo

El comercio justo es un paradigma que, en el caso específico de la artesanía, abarca el conjunto de actividades de producción, circulación y consumo de las mismas. Para este trabajo de investigación interesa la producción debido a que es la etapa donde se construyen las condiciones que impulsan los procesos de desarrollo económico, social y cultural de los productores. El comercio justo es un paradigma que si bien, tiene que ver con las condiciones económicas, técnicas, comerciales generadas al exterior de las organizaciones artesanales, también se trata de un paradigma alternativo de ordenamiento económico y social donde el ser humano es el centro y fin de la propuesta (Cotera, 2010).

Un discurso cada vez más generalizado, es aquel que se centra en el reconocimiento de las implicaciones sociales del comercio justo en la etapa de la producción, pues son los productores los que deben garantizar el funcionamiento democrático de sus organizaciones.

Los productores están obligados a sentar las bases del comercio justo, por lo que deben ser ellos quienes generen las condiciones para llevar a cabo una actividad sostenible a nivel económico, medioambiental y social.

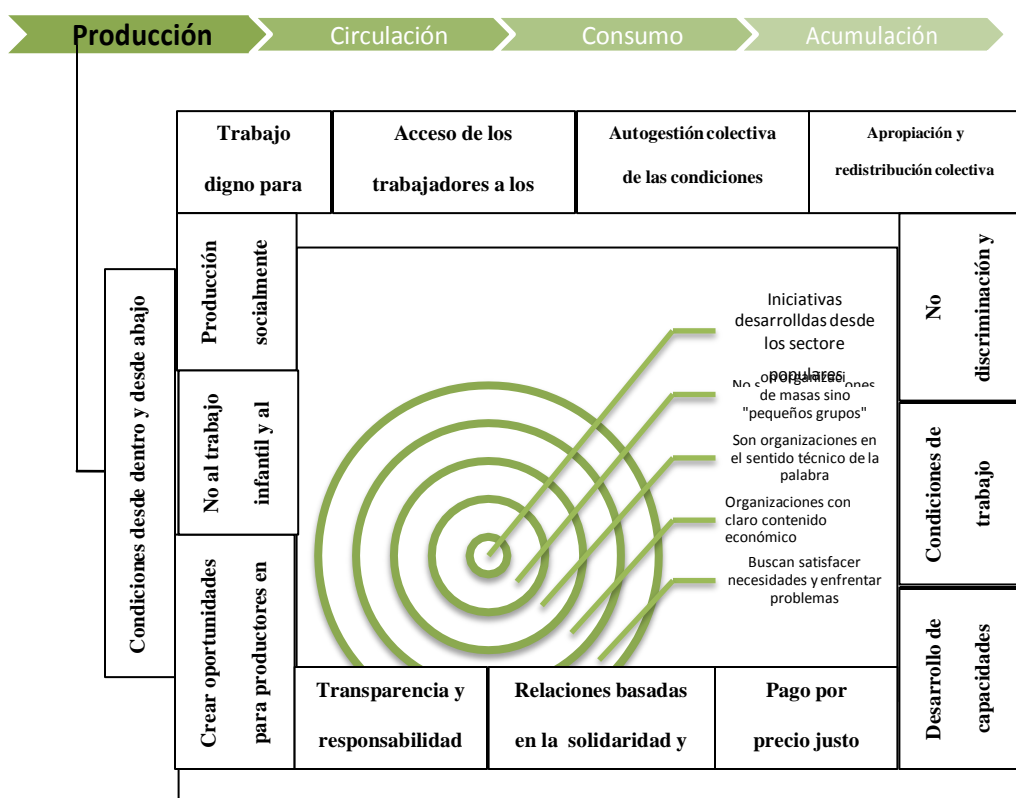
El presente trabajo de investigación pretende determinar aquellas dimensiones sociales al interior de las organizaciones artesanales que permitan generar las condiciones “desde abajo y desde adentro” para un comercio social, económico y ambientalmente más equitativo.

El comercio justo se fundamenta en el reconocimiento de la persona humana y de su capacidad de realización individual y colectiva. En este sentido, el comercio justo debe apelar a la activación y dinamización de las capacidades locales y al interior de las organizaciones o grupos artesanales para valorizar los recursos productivos tradicionales (agricultura, artesanado, pequeña y mediana industria) y no tradicionales (energías renovables, protección del medio ambiente, cuidado y/o valorización del patrimonio y cultura local, turismo) generando nuevas actividades productivas y empleo (Rosales & Urriola, 2012).

Al interior de las organizaciones, el comercio justo debe ser visto como un proyecto sociopolítico y cultural de acción colectiva que propone prácticas sociales al interior de las organizaciones artesanales conducentes comprender que el comercio justo de sus productos; también implica la activación de las capacidades de todos los miembros para propiciar el desarrollo de lazos sociales vinculados a la satisfacción de una amplia variedad de necesidades materiales y sociales.

Tomando en cuenta algunos de los postulados de la economía solidaria propuesta por Coraggio (2011) así como la propuesta de comercio justo realizada por Ceccon & Ceccon (2010) y los criterios de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), se propone el estudio de las implicaciones sociales al interior de los grupos u organizaciones artesanales para sentar las bases de un comercio justo. Se parte de la idea de que el comercio justo es una forma de economía solidaria, la cual es una forma distinta de producir, intercambiar, consumir y financiar, basada en valores de reciprocidad, cooperación y equidad (Cotera, 2010). En este sentido se proponen algunos principios económicos que se considera son la base, en diverso grado y combinación, para emprender procesos de comercio justo al interior de las organizaciones (ver figura 3).

Figura 3. Implicaciones sociales para crear las condiciones “desde adentro y desde abajo” para el comercio justo



Fuente: Elaboración propia a partir de Coraggio (2011), Ceccon & Ceccon (2010), WFTO (2014).

- a) Trabajo para todos. El trabajo digno y emancipador es condición de la reproducción y desarrollo de la vida humana. Todo ciudadano, familia, grupo o comunidad, debe tener la posibilidad de integrarse voluntariamente al sistema de división social del trabajo en condiciones que permitan el desarrollo de sus capacidades.
- b) Acceso de los trabajadores a medios de producción. Esto implica desde la defensa de condiciones previas de producción y de vida (como el caso de los territorios indígenas), la recuperación de empresas que el capital desecha despidiendo a sus trabajadores o la redistribución de tierras privadas o públicas.
- c) Autogestión colectiva de las condiciones generales de la producción y la reproducción. Más allá de los procesos productivos particulares, implica la propiedad/control y gestión colectiva de infraestructuras, hábitat construidos o naturales, moneda, etc.
- d) Producción socialmente responsable. Cuidado de la calidad de los productos y la selección de las tecnologías, tanto en lo relativo a la satisfacción adecuada de las necesidades de los consumidores como a los efectos del proceso de producción sobre el medio ambiente.
- e) Redistribución. Apropiación y distribución colectiva del excedente dentro de cada unidad económica, apropiación y redistribución por una autoridad central legítima (transferencias monetarias, subsidios a la producción, servicios públicos gratuitos, medios de consumo básico, etc.) procurando la justicia social.

- f) Crear oportunidades para productores en desventaja económica. La organización apoya a los pequeños productores marginalizados, sean negocios familiares independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas.
- g) Transparencia y responsabilidad. La organización es transparente en su manejo y sus relaciones comerciales. Actúa de manera responsable con todos sus accionistas y trata la información comercial con discreción y sensibilidad. La organización busca maneras apropiadas y participativas para involucrar a los empleados, miembros y productores en sus procesos de toma de decisiones.
- h) Pago de un precio justo. El pago justo significa la provisión de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local), considerado justo por los mismos productores y que tiene en cuenta el principio de pago igual por trabajo igual tanto para mujeres como para los hombres.
- i) No al trabajo infantil y el trabajo forzado. La organización cumple con el Convenio de las Naciones Unidas en materia de los Derechos del Niño, y las leyes nacionales/regionales sobre el empleo de niños y niñas. La organización asegura que no hay trabajo forzado de sus empleados y/o miembros o trabajadores en casa.
- j) No discriminación, equidad de género y libertad de asociación. La organización no discrimina en emplear, compensar, entrenar, promover, terminar el empleo o en la jubilación por ninguna razones de raza, clase social, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, membresía sindical, afiliación política, estatus de IVH/SIDA o edad.

Conclusiones

El comercio justo se presenta como una alternativa innovadora que busca generar un modelo de intercambio comercial más equitativo, en este caso, para aquellas organizaciones que han comenzado a visualizar la actividad artesanal como una estrategia económica para hacer frente a la crisis generada por los ajustes macroeconómicos, la apertura de los mercados globalizados y el creciente retiro del estado de la actividad social, entre otros.

Si bien, el comercio justo es un paradigma que busca impulsar procesos más equitativos en la circulación y consumo de los productos artesanales, éste esquema debe partir de las condiciones y posibilidades sociales desarrolladas por los productores al interior de sus organizaciones, son los artesanos quienes deben garantizar el funcionamiento democrático de las mismas. Los productores están obligados a sentar las bases del comercio justo, por lo que deben ser ellos quienes generen las condiciones para llevar a cabo una actividad sostenible a nivel económico, medioambiental y social.

Apoyándose en las aportaciones teóricas de la economía solidaria, el comercio justo se desarrolla a partir del reconocimiento de las prácticas de trabajo mercantil autogestionado y del trabajo de reproducción de las unidades domésticas y comunidades mediante la producción de valores de uso y de admitir que la inclusión por vía del empleo en el sector capitalista ya no es una opción factible para las mayorías. En este sentido, se considera de vital importancia reconocer aquellas implicaciones sociales que deben imperar al interior de las organizaciones artesanales que permiten movilizar sus recursos para producir, intercambiar y utilizar los bienes, de forma tal que se puedan satisfacer de la mejor manera posible las necesidades que establecen como legítimas todos sus miembros.

En este trabajo de investigación se reconocen algunos principios que fundamentados en los postulados de la economía solidaria propuesta por Coraggio (2011) así como en la

propuesta de comercio justo realizada por Ceccon & Ceccon (2010) y en los criterios de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), pueden contribuir al reconocimiento de esas características y condiciones sociales que deben imperar “desde adentro y desde abajo” en las organizaciones para sentar las bases de un comercio justo.

Fuentes de consulta

Albuquerque, F. (2004). El enfoque del Desarrollo Económico Local. Buenos Aires: Organización Internacional de Trabajo.

Arocena, J. (2002). El desarrollo local: un desafío contemporáneo. Uruguay: Taurus - Universidad Católica .

Benítez, S. (2009). La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. Revista C & D, UNESCO , 3-19.

Cañada, E., & Gascón, J. (2006). Turismo y Desarrollo. Herramienta para una mirada crítica. Managua, Nicaragua: Enlace.

Ceccon, B. (2008). El comercio justo en América Latina: perspectivas y desafíos. Ciudad de México: CoIt-arXives. Universidad Nacional de México.

Ceccon, C., & Ceccon, E. (2010). La red del comercio Justo y sus principales actores. Redalyc , 88-101.

CEDRSSA. (2006). Nueva Ruralidad. Enfoques y propuestas para América Latina. México: Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria Cámara de Diputados LX Legislatura.

- CEPAL. (2000). Desarrollo Económico Local y Descentralización: aproximación a un marco conceptual. Chile : CEPAL.
- Coraggio, J. L. (2011). Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital. Quinto, Ecuador : Ediciones Abya-Yala.
- Cotera, A. (2010). Respuesta a la Crisis desde la Economía Solidaria . Materiales de Reflexión , 1-4.
- Crosby, A. (2009). Re- inventando el turismo rural. Gestión y desarrollo. Barcelona: Laertes S.A.
- Echeverri, R., & Ribero, M. P. (2002). Nueva Ruralidad Visión del territorio en América Latina y el Caribe. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA.
- Espinosa, B. (2009). Comercio Justo: traducción y cooperación en Ecuador. Revista Pueblos y Fronteras digital , 87-115.
- FAO. (12 de Diciembre de 2004). Fisheries Topics: Trade. La comercialización de la pesca. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura : <http://www.fao.org/fishery/topic/3390/153557/es>
- García, L., & María, Q. (2009). Desarrollo local y nueva ruralidad. Economía, núm. 28, julio- diciembre , 191-212.
- Gómez, C. (2009). La gestión de diseño entre la innovación y la tradición artesanal. Revista D & C, UNESCO .
- Hernández, J., Domínguez, M. L., & Ramos, A. (2002). Canales de distribución y competitividad en artesanías. Espiral , 143- 164.
- Novelo, V. (1993). Las Artesanías en México . México: Gobierno del Estado de Chiapas .
- Otero, A. (2006). El comercio justo como innovación social y económica: el caso de ; México. La Chronique des Amériques , 11.

- Piñero, M. (2000). Reflexiones sobre la Agricultura de América Latina . New Orleans : Banco Interamericano de Desarrollo.
- Razeto, L. (1993). Los caminos de la economía de solidaridad. Santiago de Chile: Ediciones Vivarium .
- Rosales, M., & Urriola, R. (2012). Hacia un modelo integrado de desarrollo económico local y cohesión social. Barcelona : Diputación de Barcelona (Oficina de Coordinación y Orientación del Programa URB-AL III).
- Sen, A. (2005). Temas teóricos de un debate práctico. En R. Sethi, Encuentro entre Diseñadores y Artesanos. Guía práctica. (págs. 3-11). Nueva Delhi: Craft Revival Trust/Artesanías de Colombia S.A/UNESCO.
- Socias, A., & Doblas, N. (2005). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. CIRIEC- Revista de Economía Pública, social y Cooperativa , 7-24.
- Vázquez- Barquero, A. (2009). Desarrollo Local, una estrategia para tiempos de crisis. UniversitasForum, Vol 1, No 2 , 11.
- WFTO. (2014). Los principios del comercio justo . Obtenido de Organización Mundial del Comercio Justo : <http://wfto-la.org/comercio-justo/wfto/10-principios/#>
- Zapata, E., & Suárez, B. (2007). Las artesanías, sus quehaceres en la organización y en el trabajo. Ra Ximhai. Universidad Autónoma Indígena de México , 591-620.

Turismo rural comunitario: Visión y desarrollo local, desde la comunalidad y la economía social

Cristina Flores Amador

Estudiante de Doctorado en Estudios Turísticos en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca. E-mail: cristinafloresamador@hotmail.com.

Lilia Zizumbo-Villarrea

Doctora en Sociología, profesora-investigadora del Centro de Investigación y Estudios Turísticos (CIETUR) de la Facultad de Turismo y Gastronomía en la Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca. E-mail lzv04@yahoo.com

Resumen

El presente tiene como objetivo, reflexionar como el turismo rural comunitario considerado desde la comunalidad permite ser una alternativa de desarrollo local, a partir de la estructura y organización de trabajo endógeno. La metodología, fue a través de la teoría de la comunalidad (Rendón y Díaz, 2003) y de la economía social (Coraggio, 2003). Pensando como eje central el territorio, como componente de la comunalidad, donde se presentan las formas de organización comunitaria por medio del trabajo, del poder, la asamblea y la cultura. Conclusiones: El desarrollo local en las comunidades rurales con enfoque endógeno permite que las formas de organización del trabajo por medio de la economía social, logren mejorar la calidad de vida, desde la actividad del turismo rural.

Palabras clave: Comunalidad, Economía social, Desarrollo local, Turismo rural comunitario

Introducción

En las últimas décadas, el campo mexicano ha enfrentado una situación de crisis económica productiva, ambiental y social que ha acentuado la pobreza rural, lo cual plantea un escenario de abandono y atraso en el medio rural, dentro del cual los campesinos tienen un papel marginal en términos de la economía global y el libre mercado (Zamora, 2011).

En este sentido, la dinámica productiva y económica del agro mexicano sufrió un cambio sustancial desde finales de los años sesenta, pues el ritmo de crecimiento del valor de la producción agropecuaria cayó a menos de la mitad la agricultura dejó de ser uno de los principales proveedores de ingresos a la economía mexicana (Yúnez, 2010). Ante esta situación de crisis, la respuesta a los problemas del mundo rural no se pudo ver desde la perspectiva exclusivamente agraria, sino desde los enfoques de la Nueva Ruralidad y Desarrollo Territorial Rural, planteando con ello, nuevas estrategias de supervivencia entre los agricultores integrando y fortaleciendo el empleo rural no agrícola, lo que hizo necesaria la modificación de acciones que permitieran a las familias rurales atenuar los efectos negativos de la globalización económica como pobreza y pérdida de la rentabilidad de la agricultura de tipo minifundista (Pérez, 2001; Schejtman y Berdegué, 2004).

En este sentido, estos enfoques responden a la realidad donde el sector rural no sólo es agricultura y población dispersa. La nueva ruralidad es integral, por lo que ésta no se limita a la agricultura, sino que también contempla muchas otras funciones vinculadas al desarrollo agrícola, agroindustrial, artesanal, de servicios, turísticas, culturales, conservación de la biodiversidad y de los recursos naturales, en síntesis, de los sistemas locales y globales sustentadores de la vida y las actividades productivas (Donaldo, 2003).

Derivado de estas condiciones, surgieron organizaciones indígenas que han asumido el rol de nuevos sujetos sociales en el escenario rural, a través del contexto de la comunalidad, desarrollando un tejido social comunitario basado en una ideología y acciones de vida colectiva, bajo el mismo territorio, trabajo, poder político, cultura e identidad, para el fortalecimiento de los intereses colectivos.

Así también, una de estas alternativas devino a través de la economía social, preponderando las formas de organización colectivas en el trabajo y en la autonomía indígena (Díaz, 1991). Por lo tanto, el turismo rural se considera una estrategia de desarrollo, al ser una actividad económica con potencial para generar nuevas fuentes de riqueza y empleo, y frenar el abandono de las zonas rurales.

Comunalidad: Desde un enfoque colectivo

Por años, las transformaciones en la sociedad rural producto del abandono del campo y la intensificación de la migración, entre otros factores, derivaron de la aplicación de un modelo de desarrollo estatal que desde la década de los noventa ha implicado un distanciamiento de la acción del Estado y un vacío institucional en cuanto a la producción, la distribución y apoyo al campo.

Lo que conlleva a una lógica gubernamental de querer compensar los efectos de la puesta en marcha del modelo económico neoliberal y el consiguiente adelgazamiento de la acción estatal le llevo a tornar su postura hacia políticas del ámbito social recurriendo a los subsidios a través de incentivos, como estrategias de combate a la pobreza, pero sin

desencadenar procesos de desarrollo regional que representaran cambios significativos en la estructura de las desigualdades sociales, por lo que entonces continuo predominando la marginación, la discriminación y la exclusión social (Zamora, 2011).

En consecuencia, las comunidades rurales han sido por siglos el espacio para la dominación colonial, viéndose afectadas también, por la crisis agrícola, derivada del sistema económico impulsado por los gobiernos postrevolucionarios, lo que ha tenido que ser enfrentado por los campesinos de dos maneras: la individual y la colectiva, fundamentadas especialmente en esa historia viva de resistencia o en su recuperación, partiendo principalmente del esfuerzo de organización, tanto para fines productivos endógenos, como para la lucha por la tierra, por el poder comunal, por incorporar actividades de servicio, como una opción para diversificar las acciones colectivas y obtener beneficios sin necesidad de abandonar la comunidad, posibilitando crear mejores condiciones para vivir desde la comunalidad.

En este contexto, la comunalidad es comprendida como una forma de nombrar y entender al colectivismo indio. Es más que un gusto por lo gregario, siendo en realidad un componente estructural de los pueblos indios. Es la lógica con la que funciona la estructura social y la forma en que se define y articula la vida social y su convivir cotidiano.

Así entonces, la comunalidad es concebida, como un conjunto de familias que sobre la base de un tejido social intenso viven la vida comunal, al tiempo que también es pensada como un modo de vida que se desarrolla en un contexto organizativo específico, que es el tejido social comunitario” (Maldonado, 2010). Tan es así, que se puede afirmar que la comunalidad es una forma de estar, vivir, entender, hablar y habitar en un espacio hecho territorio, no es

solamente un agregado de la comunidad; es un componente estructural que permite la articulación social de la vida de las comunidades” (Medina, 2008).

Aunado a éstas percepciones, se comprendió que la agricultura ya no es el principal medio de subsistencia comunal, de manera que, dentro de los espacios rurales se impulsó el surgimiento de un nuevo paradigma de desarrollo rural territorial, que se definió como un proceso de transformación productiva e institucional de un espacio rural comunitario, cuyo fin era reducir la pobreza rural (Schejtman y Berdegú, 2004).

En cuanto a esta manifestación, adquiere importancia el turismo rural, el cual es una alternativa de desarrollo en los ámbitos rurales, que cuenta con la participación de la comunidad local, así también, constituye una eficaz opción de progreso, aprovechando el territorio y uso racional de su riqueza patrimonial y cultural, así como, de la prestación de servicios, a través de actividades complementarias, protegiendo y conservando sus recursos naturales, desarrollando con ello, una diversificación en las acciones del campo, creando una nueva estrategia de supervivencia, posibilitando el desarrollo de las comunidades.

Metodología

Para esta investigación, se consideró el planteamiento metodológico desde las aportaciones de Díaz (2003) y Rendón (2003), al afirmar el primero de éstos que la comunalidad define la inmanencia (esencia) de la comunidad. En la medida que [...] define otros conceptos fundamentales para entender una realidad indígena... y constituyen la dimensión material e inmaterial de las comunidades, formando una energía basada en los pensamientos y conocimientos de los propios indígenas y representa la forma de vida y razón de ser de las

comunidades. En particular, hace referencia a los elementos fenoménicos que permiten construir la comunalidad: La tierra como madre y como territorio; el consenso en asamblea para la toma de decisiones; el servicio gratuito como ejercicio de autoridad; el trabajo colectivo como un acto de recreación; así como los ritos y ceremonias como expresión del don comunal.

Elementos fundamentales de la comunalidad

En esta categoría se incluyen los elementos que manifiestan más concretamente la vida comunal. Se les designa también como básicos o centrales, por su posición en el esquema de la comunalidad.

Territorio comunal. En primer lugar, es importante recordar que el concepto de territorio está relacionado directamente con la idea de poder de Ratzel en el siglo XIX, ya que en el territorio está esa multiplicidad de poderes que afectan, de maneras y grados diferentes, cualquier acción de planificación (Raffestin, 1993) sin embargo, ahora en su sentido amplio; en el territorio se da la manifestación espacial del poder, fundamentada en relaciones sociales, determinadas en diferentes grados, por la presencia de energía, acciones y estructuras concretas y simbólicas, destacando las relaciones cotidianas sobre el espacio entre los actores que lo ocupan y utilizan.

Asimismo, para ésta investigación el territorio se puede abordar en tres vertientes básicas, aplicando la política o jurídico-política, en que el territorio es considerado como espacio controlado por un determinado poder, a veces relativo al poder del Estado (institucional); la

cultural o simbólico-cultural, donde el territorio es visto como un producto de la apropiación simbólica de una colectividad; y la económica, en que el territorio sirve como fuente de recursos (dimensión espacial de las relaciones económicas) (Haesbaert, 2004). **Trabajo comunal.** El trabajo es la oportunidad permanente de alcanzar la gracia y aceptación, también es obligación y posibilidad, surge de la necesidad compartida y del reconocimiento de la realización comunal, cósmica, en el territorio. El trabajo comunal, puede ser visto como la transformación colectiva y territorial ya que al organizar el trabajo comunal se realiza y legitima la autoridad.

En su aspecto obligatorio el trabajo crea, se sostiene en el tiempo y consigue mediante esta dinámica para fortalecer los lazos sociales, crear nuevos vínculos y afrontar desafíos comunes. De esta manera, la comunalidad descansó siempre en el trabajo y no en el discurso” (Martínez, 1995). En este marco, el trabajo comunitario tiene que ver con el compromiso, objetivos y metas de la comunidad, pues las palabras compromiso y comunidad van unidas, sobre todo cuando se habla del trabajo comunitario, sin importar que se desarrolla sin compensación monetaria, sino ligado a otro tipo de valoraciones como el desarrollo de prestigio local o de compromisos impuestos desde la comunidad “para seguir perteneciendo a ella”. Se expresa a través de una diversidad de actividades, entre estas: la asamblea para la decisión; el cargo para la coordinación; el tequio para la construcción; y la fiesta para el goce (Martínez Luna, 2003).

Ahora bien, la organización del trabajo puede darse de dos maneras: *a*) cuando los procesos sólo requieren la participación de los miembros de la unidad doméstica para su autoabastecimiento; o, *b*) cuando se necesita la participación de miembros de varias unidades

domésticas, mediante relaciones de colaboración simple. **Poder político comunal.** En el caso del poder, la comunidad está organizada para hacerse cargo del éste, a través de la participación de sus ciudadanos, quienes han cumplido esta obligación social históricamente tanto para organización de fiestas como para el ejercicio de otros cargos públicos; como mecanismo de control social actúa la asamblea general, en la que participan representantes de todas las familias.

Así entonces, el poder comunitario se elige en asambleas para ejercer la voluntad comunal, a través de los sistemas de cargos, los cuales comprenden autoridades, comisiones y comités, tanto civiles como religiosos. Todos los miembros de la comunidad tienen el derecho de participar en la designación o elección de ellos y la obligación de cumplir, cuando les sean conferidos; de no hacerlo corren el riesgo de ser multados, perder otros derechos, o ser desconocidos por el resto de la comunidad. Así también, es por medio del poder político comunal determinar las decisiones en torno al trabajo, al manejo de los recursos, a la propiedad de la tierra, y defender sus recursos de riesgo externo e interno, por lo tanto, el poder político es importante, para preservar la igualdad, equilibrio, respeto y equidad, con el propósito de mantener unida a la comunidad.

En otras palabras, los anteriores elementos deben analizarse desde un enfoque histórico, no sólo como simbolismos, debe verse desde la cohesión social y precisar las propias colectividades que predominan, descartando un probable proceso de pérdida, buscando la asimilación e incluso rescate y aprovechamiento a partir del desarrollo de la actividad y prestación de servicios.

Economía Social

La economía social, es una alternativa para mejorar las condiciones de pobreza y exclusión derivados del modelo neoliberal, y alude a la búsqueda de nuevas formas de incorporación de los individuos al trabajo, tomando en cuenta que por medio de la economía social lo más importante es la reproducción social de la vida, la gente del medio social, así como, garantizar las actividades y organización de las familias campesinas, sin embargo, la remuneración y beneficios obtenidos por esas tareas no es suficiente para vivir en condiciones adecuadas, por ello, se ven en la imperante necesidad de incorporar otras actividades que permitan servir de apoyo para aumentar sus ingresos económicos, como el turismo, pues, a través de la oferta de servicios y desde la organización interna sobre una estructura cooperativa para las tareas de autoconsumo, para la ordenación del trabajo mercantil, y el trabajo de reproducción solidaria, es como pueden lograr el desarrollo local.

Asimismo, la economía social implica una forma innovadora y alternativa de producción, reproducción, distribución y acción colectiva. Constituye “un sistema de relaciones económicas y sociales que posibilitan, en un marco de solidaridad y de reciprocidad, la conformación de diversas formas de organización para la producción económica y comunitaria” (Ministerio de Desarrollo Social, 2005).

En este contexto, la economía social se considera como una estrategia al interior de los procesos de desarrollo local, que posibilita el desarrollo de los territorios y la generación de ingresos y alternativas productivas para amplios sectores sociales, no sólo para los sectores populares” (Altschuler, B. y Casalis, A, 2006).

Es así que, Altschuler (2004), señala que para una definición positiva y operativa de la economía social, tanto para la fundacional como para la nueva economía social, deben tenerse en cuenta los siguientes elementos: a) la forma en que se realiza la producción y se organiza el trabajo, es decir, las relaciones sociales que se establecen en el proceso productivo; b) la forma en que se distribuye el excedente entre los miembros del emprendimiento c) el modo en que se toman las decisiones al interior de la organización, d) la vinculación de ésta con el conjunto de la sociedad, respecto por ejemplo del medio ambiente, la distribución territorial, el aporte al desarrollo económico y social de la localidad, entre otros.

Bajo este enfoque, la economía social involucra a un conjunto de experiencias asociativas que producen bienes y servicios, en donde no se prioriza el lucro sino que se valoriza el trabajo, la satisfacción de necesidades por parte de sus integrantes, la solidaridad entre productores, trabajadores y con otros grupos asociativos, en el marco de una sustentabilidad ampliada del emprendimientos, que contempla aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales.

Cabe hacer notar que la economía social, esta trasciende a los intereses individuales y busca de manera preponderante la creación de bienes colectivos, bajo un modelo integrador del tejido social en que los participantes se involucran de manera activa compartiendo valores, ideales y objetivos de vida. Es decir, propone un nuevo estilo de desarrollo basado en las unidades familiares, las cooperativas, las comunidades o unidades reales de organización de la economía, (Coraggio, 2003).

Características de la economía social

Es importante destacar que existen particularidades que expresan condiciones preponderantes para lograr un desarrollo de la vida social bajo la práctica de la economía social, por lo que, desde la visión de Coraggio (2003), señala cuatro características sobresalientes en los emprendimientos sociales o solidarios: **La democracia participativa y la autogestión.** Se debe verificar la total igualdad en la participación en la toma de decisiones de todos sus miembros o en la elección de sus autoridades en el caso de estar delegada esta función, tal que si se trata de una organización productiva por ejemplo, el capital debe encontrarse repartido en porciones iguales entre los socios. **La práctica de la solidaridad** con especial énfasis en los más desfavorecidos del grupo o de la comunidad en general. Las entidades que promueven la economía solidaria dan prioridad a las asociaciones de desempleados, trabajadores en vías de perder el empleo y de los que menos tienen posibilidades de encontrar trabajo debido a la edad, la falta de calificación, discriminación de raza o de género. **El desarrollo local.** Los emprendimientos solidarios surgen en un área específica por un grupo de individuos que sufren una particular problemática utilizando recursos endógenos, la vida común del grupo es lo que refuerza la cohesión de la comunidad. **La sustentabilidad.** La economía social se fundamenta en los principios de desarrollo económico respecto del cuidado del medio ambiente y el compromiso con la cohesión social, siendo pionera en las prácticas de responsabilidad social.

El Turismo y su transformación en lo rural

El turismo es un fenómeno ambivalente de alcance mundial, pues entraña efectos directos e indirectos, suele traer ventajas y desventajas, a través de éste se ha marcado un auge significativo en el desarrollo de muchos países, en los últimos años, ha representado una gran

oportunidad y factor clave que puede aportar grandes beneficios económicos y sociales a un país, una región o una localidad, dinamizando intercambios entre múltiples ramas de la actividad y favoreciendo el encuentro entre personas de diferentes características sociales, culturales y económicas.

Por otra parte, la literatura científica (Hiwasaki, 2006) enmarca que la promoción del desarrollo turístico en zonas rurales de áreas desfavorecidas de países en vías de desarrollo depende de diferentes factores de carácter social, político, económico y ambiental. Y para ello es necesario tener en cuenta el impacto que la vertebración de la actividad turística va a tener en la propia comunidad, y así, y siguiendo a Nyaupane, Morais y Dowler (2006), es necesario tener en cuenta dos elementos esenciales: primero, el nivel de implicación de la comunidad local y el grado de control de la actividad turística por parte de dicha comunidad; segundo, el número y el perfil de los visitantes que reciba el área geográfica.

De esta forma, se entiende que es posible promover su dinamización mediante el impulso de la agro-industrialización, es decir, se tiene que promover la diversificación productiva en las unidades de producción e impulsar el Empleo Rural No Agrícola (ERNA) (Silva, 2002).

Esta nueva forma de enfrentar la crisis en la agricultura hace que tomen un lugar primordial otras actividades no agrícolas, como el turismo, en el desarrollo territorial rural, que actúa no sólo como generador de ingresos, sino también en la creación de empleos, mejoramiento de la calidad de vida de la población local y en la conservación de los recursos naturales. En este sentido, Font (2006) menciona que el turismo juega un rol importante en la economía.

Turismo rural-comunitario

El turismo rural en México es incipiente y por consiguiente marginal, recibe pocos apoyos económicos en comparación con el turismo que se fomenta en los Centros Integralmente Planeados (CIP) (Juárez y Ramírez, 2007). El turismo rural se puede desarrollar con base en la diversidad biológica, variedad de ecosistemas, flora y fauna endémica, así como en la cultura de grupos étnicos autóctonos.

Según la OMT (1999) el turismo rural se define como: las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona.

En México los pueblos y comunidades originarios han estado sujetos a políticas denominadas genéricamente indigenistas, ello ha significado por lo general la intención de incorporarlos al mundo occidental-moderno conduciéndolos paternalista y corporativamente en su inserción al mercado en condiciones desventajosas (Sámano 2004; Arce 1990; Warman 1978).

Por otra parte, es importante destacar que dentro de la modalidad de turismo rural se encuentra el Turismo Rural Comunitario TRC, según (Leyla, 2005) tiene como uno de los fines principales el involucramiento de las comunidades en la actividad turística; así también, se identifica como las experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad (ICT-Alianza TRC, 2005).

A este respecto, la Declaración de San José, emanada de una consulta regional a organizaciones comunitarias por la Red de Turismo Sostenible (REDTURS), el turismo rural comunitario, es aquél que promueve un adecuado equilibrio de valores éticos, sociales y culturales, complementa y potencia la economía comunitaria y familiar, mejora las

condiciones de vida y de trabajo de sus miembros y revitaliza las expresiones de la cultura. (OIT-REDTURS, 2003).

Así también, la cuestión laboral constituye un referente obligado en los objetivos que persigue el turismo rural comunitario, ello entraña la generación de oportunidades de ocupación productivas y libremente elegidas, en condiciones de dignidad, seguridad y equidad para hombres y mujeres. De tal forma, la calidad del empleo es sinónimo de respeto de los derechos fundamentales en el trabajo, es decir, condiciones de trabajo decentes (seguridad e higiene), protección social, diálogo social entre las comunidades y los agentes públicos y privados que regulan, promueven y desarrollan la actividad turística. (OMT, 1998).

De tal manera, es que este proceso impulsa el desarrollo territorial, que hace imprescindible diseñar instrumentos y políticas públicas de gestión dirigidas a estimular el aprovechamiento de los recursos locales endógenos, para impulsar nuevos estilos de desarrollo basados en las potencialidades de las economías locales. Cabe mencionar, que en general los procesos de desarrollo territorial tienen como objetivos principales la transformación del sistema productivo local, el crecimiento de la producción, la generación de empleo y la mejora en la calidad de vida de la población (Silva, 2003).

Esta tipología de turismo tiene como eje principal a la propia comunidad local y, a través de la cual, se trata de integrar vivencias, servicios turísticos, añadiendo como características fundamentales el ser también un subsistema interconectado con otros subsistemas imprescindibles para la comunidad (como la educación, la salud o el medio ambiente), el presentar un proyecto de desarrollo sostenible en la propia comunidad y el de servir de interrelación entre la comunidad local y los visitantes (Cioce Sampaio, Bona Carvalho y Ribeiro de Almeida, 2007).

A su vez, la cadena del turismo rural comunitario está compuesta por tres bloques diferentes. El primer bloque está integrado por los actores encargados de la planificación turística, un segundo bloque está formado por servicios directos, en el que sobresalen dos grupos, los de alojamiento y los de alimentación, finalmente, el tercer bloque incluye al transporte, las tiendas de venta de productos típicos, sobre todo de artesanía. De acuerdo con la existencia de los bloques anteriormente mencionados, se concluye que la cadena productiva del turismo comunitario incorpora paulatinamente a diferentes actores que, de una u otra manera, se insertan en la oferta turística local.

A partir de una definición académica el turismo rural comunitario se refiere a un turismo de pequeño formato, establecido en zonas rurales y en el que la población local, a través de sus estructuras organizativas, ejerce un papel significativo en su control y gestión. Esta definición es muy laxa, pero permite englobar toda la variabilidad de experiencias que se puede dar o estar dando. Y es que no hay un modelo de turismo comunitario aplicable universalmente.

Siendo la parte económica, uno de los indicadores que influye para el manejo y desarrollo de la actividad; la comunidad, son los agentes que prestan el servicio a los visitantes; y por último el patrimonio natural y cultural que posee la localidad, el mismo que permite la convivencia y participación activa del visitante, garantizando de ésta forma el desarrollo de las actividades turísticas. El turismo comunitario para su desarrollo hace hincapié a cuatro ejes fundamentales, permitiendo la consolidación de la actividad turística en las comunidades: Cultura, Ambiente, Organización, economía. (Fernández, 2012).

Desarrollo local

Prácticamente las comunidades rurales que viven en condiciones de marginación y exclusión dedican su vida al trabajo, al esfuerzo por encontrar las alternativas para mejorar las condiciones en las que sobreviven con sus familias, se empeñan en labores del campo, que por lo general los ingresos obtenidos de ésta actividad no son suficientes, por lo que se ven obligados a emplearse labores externas a sus comunidades, a pesar de toda su dedicación, tampoco logran transformar su situación, por lo tanto, se ven orillaos a ofertar en su territorio servicios turísticos, apoyados en sus recursos naturales y culturales, con lo que facilitan conseguir su desarrollo local.

En este sentido, el desarrollo local es el proceso que mejora la calidad de vida, superando las dificultades por medio de la actuación de diferentes agentes socioeconómicos locales, con recursos endógenos y fomentando el aumento de capacidades. Según el mismo autor se trata de un desarrollo capaz de extender en la mayor medida posible el progreso técnico y las innovaciones gerenciales en la totalidad del tejido productivo y empresarial de los diferentes territorios, a fin de contribuir con ello a una mayor generación de empleo productivo e ingreso y a un tipo de crecimiento económico más equitativo en términos sociales y territoriales, más sostenible ambientalmente (Alburquerque, 2003).

También se entiende como el proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población local (...) se pueden identificar 3 dimensiones: i) económica, en la que los empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados; ii) sociocultural, en que los valores y las instituciones sirven

de base al proceso de desarrollo; y iii) político-administrativa en que las políticas territoriales permiten crear un entorno económico local favorable, protegerlo de interferencias externas e impulsar el desarrollo (Vázquez-Barquero, 1988).

El desarrollo local, no sólo puede ser comprendido desde una perspectiva económica, sino lo contrario, ya que es un proceso dinámico de ampliación de capacidades locales que permita trabajar en mejorar la calidad de la vida de todos los integrantes de la población. En este sentido, el desarrollo local muestra que es un proceso de transformación, en el cual se hace necesario introducir un proceso de aprendizaje que conlleve a un verdadero crecimiento endógeno, porque en la medida que las instituciones locales se muestren incapaces de interpretar las exigencias de cambio y de transformación, habrá estancamiento y malestar social.

Dimensiones alternas del desarrollo local.

Su dimensión social, dado que sus acciones se dirigen preferentemente a la creación de puestos de trabajo, primando el desarrollo personal. Su dimensión institucional, al estar controlado por la Administración Pública (gobierno central) para asegurar la coordinación de los agentes implicados. Su dimensión económica, pues las iniciativas que se llevan a cabo se realizan con un carácter rentable y eficiente. Su dimensión cooperativa, pues dada la magnitud del proceso que incluye, exige la colaboración e implicación de múltiples organismos y colectivos.

En el proceso de desarrollo local se pueden distinguir tres dimensiones principales, una dimensión económica y otra socio-cultural (Vázquez Barquero, 1988) y una tercera dimensión político administrativa o de políticas territoriales (Stöhr, 1986).

Conclusiones

El desarrollo local en las comunidades rurales con un enfoque desde abajo y desde adentro tiene gran trascendencia, ya que permite mostrar que en función de las formas de organización del trabajo a través de la economía social, se puede lograr una sociedad más igualitaria y a través de la equidad e igualdad, bajo las variables de la comunalidad, integrando a la población para conseguir el desarrollo local, desde la actividad del turismo rural, constituyéndose como una estrategia que forma parte de una alternativa viable para lograr mejores condiciones de vida en la familias, así como mayor y mejor distribución de la producción y capital generados por medio del aprovechamiento racional de los recursos naturales y culturales con los que cuentan.

Finalmente, se puede decir que el turismo rural comunitario aplicado bajo estructuras de organización del trabajo desde la economía social, sustentado en el territorio, la asamblea, el poder político y la cosmovisión, así como, en el trabajo mutuo, se convierte en dinamizador de la economía local a partir de las capacidades de distribución e igualdad social permite el desarrollo local de la comunidad. De esta forma, las comunidades rurales reconocen que la dinámica turística, desde su creatividad, a través de proyectos provechosos promovidos por los propios habitantes, mediante la utilización de los elementos culturales bajo la organización comunitaria y la buena voluntad de los pobladores, disminuye la pobreza e impulsar la economía local que ha prevalecido, ampliando paulatinamente su infraestructura y oferta, trazando mayores oportunidades colectivas.

Bibliografía

- Alburquerque, F. (2003). Curso sobre desarrollo local. Instituto de Economía y Geografía. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid, España.
- Altschuler, Bárbara y Casalis, Alejandro (2006). Aportes del desarrollo local y la economía social a una estrategia de desarrollo”. En: García Delgado, Daniel y Nosseto, Luciano (comp.) El desarrollo en un contexto pos neoliberal. Hacia una sociedad para todos, Buenos Aires, Ciccus.
- _____ (2004) Dificultades y oportunidades del desarrollo económico local en Argentina. Tesis de Maestría. Universidad Internacional de Andalucía, España
- Arocena José (1995). El desarrollo local, un desafío contemporáneo, Editorial Nueva Sociedad, Caracas, Venezuela.
- Coraggio José Luis (2003) La política social y economía del trabajo. Miño y Dávila/ Colegio Mexiquense A.C, Zinacantepec, México.
- _____ (2002). La economía social como vía para el otro desarrollo social, en www.ubared.ungs.edu.ar.
- Díaz, F. (2003). Comunidad y comunalidad, en: Rendón, J. Comunalidad: modo de vida comunal entre los pueblos indios". Colección Cultura Indígena, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Dirección General de Culturas Populares e Indígenas, México, D. F.
- Donaldo, J. (2003). El gran pasivo del sector: la pobreza rural. Estrategias y medios productivos para su superación, en CEPAL, Desafíos y oportunidades del desarrollo agropecuario sustentable Centroamericano [[http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/ 6/ 14316/Capitulo2 a.pdf](http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/6/14316/Capitulo2_a.pdf) :11 de marzo de 2014]. [Links]

- Haesbaert, R. (2004). Des-caminhos e perspectivas do território, en Ribas, A. D., Sposito, E. S. y Saquet, M. A., Território e desenvolvimento: diferentes abordagens, Unioeste, Francisco Beltrão.
- Maldonado, Benjamín (2010). Comunidad, comunalidad y colonialismo en Oaxaca, México. La nueva educación comunitaria y su contexto, tesis, Universidad Leiden, Holanda.
- Martínez Luna, Jaime, 1995 ¿Es la comunidad nuestra identidad?, en: Ojarasca No. 42-43, Oaxaca.
- _____(2003). Comunalidad y Desarrollo. México: Conaculta y Centro de Apoyo al Movimiento Popular Oaxaqueño, A.C.
- Medina, Patricia (2008), Educación intercultural en América Latina. Memorias, horizontes históricos y disyuntivas políticas, upn/Plaza y Valdés/Conacyt, México.
- Organización Mundial del Turismo (1998) Introducción al Turismo OMT, Madrid.
- Pérez, E. (2001). Hacia una nueva visión de lo rural, en Giarracca, N. (comp.), ¿Una nueva ruralidad en América Latina?, Buenos Aires <http://www.cacso.org/espanol/1/html> 11 de febrero de 2014]. [Links]
- Raffestin, C. (1993). Por uma geografia do poder, Ática, São Paulo.
- Ramírez, Blanca (2007a). Escalas territoriales y agentes diferenciales en la integración de políticas de desarrollo, en José Luis Calva, Agenda de desarrollo 2006–2020, t. XIII, Políticas de desarrollo territorial, Universidad Nacional Autónoma de México–Miguel Ángel Porrúa, México, [Links]
- Rendón, Juan J. (2003). La comunalidad. Modo de vida en los pueblos indios, tomo I. México: Dirección General de Culturas Populares e Indígenas – Conaculta.

- Vázquez-Barquero, A. (1988) Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo, Madrid, Editorial Pirámide.
- Yúnez Naude, Antonio (2010) (coord.). “Economía rural”, en: Ordorica, Manuel y Prud’homme, Jean-François. Los grandes problemas de México, vol. X, El Colegio de México, México.

El aprovechamiento del patrimonio cultural de los municipios de Apan, Almoloya, y Tepeapulco para impulsar el turismo alternativo en la Región del Altiplano.

Carolina González Espinoza

Universidad autónoma del estado de hidalgo
Instituto de ciencias económico administrativas
Área académica de turismo
cgesp@uaeh.edu.mx

Noemi Vega Lugo

Universidad autónoma del estado de hidalgo
Instituto de ciencias económico administrativas
Área académica de turismo
vegalugonoemi@gmail.com

RESUMEN DE LA COMUNICACIÓN

El estado de Hidalgo cuenta con una gran riqueza cultural, por mencionar parte de ella, son las haciendas pulqueras, los ex conventos de la Asunción y de San Francisco, la Caja de Agua, la estación y museo del ferrocarril, la zona arqueológica del Xihuingo, las ferias, fiestas tradicionales y la gastronomía regional, forman parte del patrimonio cultural de los municipios de Apan, Almoloya y Tepeapulco. Hablar de patrimonio cultural es hablar de una riqueza construida por hombres y mujeres a lo largo de los años. Sin embargo, también es un bien que puede generar beneficios económicos a las regiones dónde se encuentra inmerso.

Este patrimonio puede considerarse como parte de un producto turístico, ya sea en una Ruta histórica, gastronómica o recorridos culturales, que propicien la llegada de visitantes a los municipios antes mencionados.

La presente investigación analiza la posibilidad que tienen éstos municipios para fomentar el turismo de la región del altiplano hidalguense a través de la creación de uno o varios productos turísticos más a los ya existentes (“Corredor de la Montaña” o “Ruta del Pulque”) que contribuya como una sinergia del desarrollo económico paralela al reciente crecimiento industrial en Ciudad Sahagún, la derrama económica que han dejado las grabaciones cinematográficas de empresas nacionales e internacionales en Apan y Almoloya.

Se espera que la investigación revele información necesaria primero tener un inventario actualizado de los bienes culturales así como su estado de conservación, después valorar el potencial que tengan para la creación de nuevos productos turísticos o simplemente incorporar los bienes al “Corredor de la Montaña” o “Ruta del Pulque”.

Palabras claves: Patrimonio cultural, productos turísticos, desarrollo económico, integración y gestión.

DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN

a. Introducción

En 1880 en el territorio hidalguense se construyeron 157 haciendas dedicadas, unas a la agricultura otras a la minería y unas más a la producción del pulque, 20 años después aumentaron a 197. En la región del Altiplano, también conocida como Altiplanicie pulquera predominaron las pulqueras con aproximadamente 70. Estas haciendas fueron un motor económico muy importante para México junto con el ferrocarril debido a la vasta

producción de pulque, de acuerdo con las estadísticas registradas a principios del siglo XX se elaboraban más de 25 mil litros de dicha bebida (Menes, 2006: 177). Políticamente estaban relacionadas siempre con los gobernantes en turno, socialmente concentraban personas para realizar trabajos administrativos, agrícolas y domésticos entre otros. También han sido cuna de leyendas y canciones que las describen.

*Revisión de Literatura

Los bienes culturales materiales e inmateriales constituyen el patrimonio cultural, el cual es legado de una sociedad a otra, la necesidad de protegerlo es motivo de atención y ocupación de los organismos Internacionales como La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) que se encarga a partir de 1960 de ésta función que se estableció en el “Convenio de la Unesco para la Protección de Bienes Culturales y Naturales Mundiales”, desde el punto de vista de la historia, el arte o la ciencia, atendiendo principalmente dos vertientes: el estudio y la conservación, para destacar el valor universal y excepcionalidad del bien, considerado como parte de una riqueza o como otros le llaman un capital acumulado.

La Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 21 de diciembre de 2001 (A/RES/56/212), establece la pertenencia del patrimonio, así como los derechos y obligaciones respecto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural en el Código Ético Mundial para el Turismo, Art. 4 “El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad”.

El patrimonio cultural está constituido por las obras arquitectónicas de carácter arqueológico e histórico con un valor universal; de acuerdo con la UNESCO en la Convención 2003, el Patrimonio Cultural Inmaterial – el patrimonio vivo – es el crisol de nuestra diversidad cultural y su conservación, una garantía de creatividad permanente, que se manifiesta en la tradiciones, las artes, ritos, espacios culturales, conocimientos y técnicas que las comunidades reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural¹⁶.

Organismos como el Instituto Nacional de Antropología e Historia en México, se encargan de vigilar, conservar y restaurar los monumentos arqueológicos, históricos y artísticos del país, a través de leyes y reglamentos que emanan de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (D.O.05-02.17), con la finalidad de dar protección al patrimonio cultural. El marco legal que conforman estas leyes de resguardo patrimonial es ejercido en los tres niveles de gobierno, en efecto “cascada”, es decir, que parte de las disposiciones federales dictadas al gobierno estatal y a su vez al municipal con las Casas de la Cultura.

Siguiendo con el tema de la conservación del patrimonio y de acuerdo con Moure (2003:9), los poseedores del patrimonio disponen de los medios para la conservación o destrucción del patrimonio por medio de concientizarlos del valor que tiene patrimonio, del disfrute y su aprovechamiento en la oferta turística, Monchón (2008:95) determina que es un factor de atracción y un motivo de desplazamiento de los turistas, éste puede ser: patrimonio arquitectónico, las manifestaciones culturales (artesanía, folclore, fiestas, gastronomía...) además, de ser un recurso necesario para complementar la demanda de los

¹⁶http://portal.unesco.org/culture/es/ev.phpURL_ID=29911&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.Página consultada el 8 de agosto de 2014.

serviciosturísticos básicos de alojamiento, alimentación y transporte por una parte, y por otra responder a las tendencias actuales del turista que viaja motivado por la cultura.

***Objetivo**

Determinar cuáles son los bienes patrimoniales culturales con potencial turístico de los municipios de Apan, Almoloya y Tepeapulco que pueden ser integrados a un producto turístico.

***Problema de investigación**

En la región del altiplano hidalguense existe un producto turístico denominado “Corredor de las Haciendas” que promueve la visita a las haciendas pulqueras para conocer su historia, construcción, elaboración y degustación de la bebida del pulque. El Corredor integra a los municipios de Apan, Tepeapulco, Almoloya, Emiliano Zapata, Tlanalapa y Zempoala, considerando en particular la visita a las haciendas de Ocotepc, Chimalpa, Ixtimaco, Santiago Tetlapayac, Espejel y San Antonio Tochatlaco, y es promocionado por el gobierno del estado de Hidalgo a través de la Secretaría de Turismo y Cultura, como también promueve el proyecto turístico “Ruta del Pulque” con la misma finalidad.

La Ruta se vende por medio de operadoras turísticas, las cuales se encargan de gestionar los permisos con anticipación para poder visitar las haciendas, ya que todas ellas son privadas. Sin embargo, últimamente se han presentado problemas de robo en algunas de ellas como es el caso de la hacienda de Chimalpa, donde se ultrajaron diversos objetos, situación que ha provocado la inconformidad por parte de los dueños quienes decidieron no

abrir sus puertas a los visitantes provocando con esto la suspensión del recorrido por las haciendas que iniciaba en Apan.

Está Ruta no está definida en cuanto a las actividades a realizar, ni a los sitios a visitar por lo que los operadores sujetos a la demanda deciden cómo será la Ruta. Por tanto, es necesario valorar que otros bienes patrimoniales culturales tienen potencial para ser integrados a productos turísticos sustentables que garanticen por un lado la conservación del patrimonio y por otro, la rentabilidad de los productos turísticos tanto los existentes como los que se pudieran crear.

El presente proyecto de investigación fija el interés en los recursos culturales que tienen los municipios de Apan, Almoloya y Tepeapulco que son de atracción turística pero no se aprovechan para el turismo. Por tanto ésta investigación resolverá preguntas como ¿Qué recursos culturales tienen potencial turístico en éstos municipios? ¿Cuáles se pueden integrar a los productos turísticos ya existentes? ¿Qué productos turísticos se pueden crear considerando el patrimonio cultural con potencial turístico?

b. Desarrollo

*Metodología

La metodología a seguir para la realización del presente proyecto es el uso de fuentes tanto primarias como secundarias: En las primarias, se recurre a la entrevista personal a expertos para obtener información sobre el patrimonio, su gestión Niveles de intervención necesarios o realizados y los proyectos relacionados con el mismo. La consulta de noticias y diarios permite conocer el estado actual que guarda el patrimonio.

La revisión de la literatura a través del uso de fuentes secundarias: libros de texto, enciclopedias para recopilar la historia de los bienes culturales para conformar la información que contendrá el catálogo patrimonial contiene los aspectos descriptivos del bien. La investigación de campo contribuye para la observación y elaborar el inventario registro e identificación, descripción y ubicación de bienes culturales, así como en la aplicación de fichas como herramienta de evaluación para conocer el nivel de conservación de los bienes.

*Resultados preliminares o finales

Los resultados de la investigación son preliminares, primero, la visita a los municipios permitió constatar que el recorrido a las haciendas pulqueras está suspendido por el robo a la hacienda de Chimalpa. El producto del “Corredor de las haciendas” no se encuentra definido y aunque existe promoción en internet, al llegar a Apan no se realiza la visita a las haciendas.

En Apan existen recursos culturales que no se están aprovechando en el turismo, como es el museo del ferrocarril ubicado en la estación del Tren. En Tepeapulco los eventos culturales como la tradicional representación de la quema de la Alhondiga de Granaditas, no se encuentra articulada con la visita al ex convento o al museo de sitio ubicados en el mismo lugar, tampoco a la Zona arqueológica del Xihuingo, observatorio teotihuacano que data del periodo Teotihuacana III de 200 a 500 d.C.

La dirección de Turismo de Apan y Tepeapulco dejaron de fungir como tal por falta de financiamiento público y en el caso de Tepeapulco la Casa de la Cultura realiza

actividades culturales, esto por parte del gobierno y por la iniciativa privada, el Museo de Maguey realiza eventos culturales relacionados con la gastronomía regional y el pulque.

En Tepeapulco solo existe un guía de turista “el profesor Monroy” quien conoce de la historia del lugar, muestra a los visitantes La Caja del Agua, el ex convento y el museo de Sitio, son bienes históricos que se encuentran en el centro de Tepeapulco, los alrededores los conoce pero no los lleva a visitarlos a menos que lleven su propio transporte.

Al llegar a los municipios de Apan, Almoloya o Tepeapulco no se cuenta con información de interés turístico, lugares que visitar, servicios básicos de hospedaje o alimentación por parte del municipio.

Respecto a proyectos relacionados con la conservación y puesta en valor del patrimonio cultural, solo se encontró la conformación del expediente para solicitar el nombramiento ante la UNESCO de Patrimonio de la Humanidad a Tepeapulco como bien tangible e intangible, tangible por el sitio mismo e intangible por toda la obra de Sahagún.

Este proyecto es realizado por la iniciativa privada con el apoyo del gobierno municipal y estatal, además de la participación de investigadores de la Universidad Autónoma de México.

c. Fuentes de consulta

Ballart, H. J. y Tresserras J.J. (2005). *Gestión del patrimonio cultural*. Ed. Ariel
Patrimonio. España.

Cárdenas, T.F. (2004). *Producto Turístico Aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. Ed. Trillas. México.

Cuadrado, G.M. y Berenguer C. G. (2002) *El consumo de servicios culturales*. Ed. ESIC. Universidad de Valencia. España.

Evans, N., Campbell D. y Stonehouse G. (2008). *Gestión estratégica del Turismo. Gestión Turística*. Ed. Síntesis.

Leyendas de Hidalgo. Ed. Legaria. México.

Goeldner, C.R. y Brent, R.J.R. (2011). *Tourism. Priciples, Practices, Philosophies*. Ed. Twelfth Wiley.Estados Unidos.

Menes, L.J.M. (2006). *Historia mínima del estado de Hidalgo*. Ed. Porrúa. México.

Monchón, F.(2008). *Economía y Turismo*. Ed. Mc Grawill. España

Morére, M.N. y Perelló, O.S. (2013). *Turismo cultural. Patrimonio, museos y empleabilidad*. Escuela de Organización Industrial. España.

Monterrubio, A. L. (1995). *Las haciendas magueyeras del altiplano hidalguense*. Consejo Estatal para la Cultura y las Artes del Estado de Hidalgo. Centro de Investigación. México.

Monterrubio, A. L. (1993). *Ensayo sobre patrimonio: monumentos históricos del estado de Hidalgo*. Gobierno del Estado de Hidalgo. México.

Palacio-Prieto, J.L. (2004). *Indicadores para la caracterización y el ordenamiento territorial*. UNAM, Geografía, Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, Secretaria de Desarrollo Social, Instituto Nacional de Ecología. México.

Romero de Terreros, M. (1956). *Antiguas haciendas de México*. Ed. Patria. México.

Schell, W. (1986). *Medieval iberian tradition and the development of the Mexican hacienda*. Maxwell School of Citizenship and Public Affairs, Syracuse University. Estados Unidos.

Enlaces electrónicos

Convención del patrimonio Mundial

http://whc.unesco.org/documents/publi_wh_papers_01_es.pdf

Portal de gestión cultural para América Latina

www.culturaenred.org

www.gestioncultural.org

Secretaría de Turismo

<http://www.sectur.gob.mx/>

Turismo cultural

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud

Tesis doctorales - turismo

<http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/datadoc.htm>

Tesis café

<http://www.isce-turismo.com/static/files/8f83b61-Patrimonio-cultural-cafetero--ejemplo-de-productos-innovadores-como-elementos-para-la-competitividad-de-Colombia.pdf>

UNESCO

<http://www.unesco.org>



Secretaria de Turismo y Cultura del estado de Hidalgo

<http://s-turismo.hidalgo.gob.mx/>

d. Anexos

Fichas

Metodología para la recuperación y puesta en valor del patrimonio industrial arquitectónico.
Antiguas fábricas del Grao de Valencia.

INVENTARIO DE PATRIMONIO HISTORICO ARQUITECTONICO INDUSTRIAL

EDIFICIO	PROVINCIA	MUNICIPIO	CENIZADO	ELEMENTO	AÑO	MES	CLASE AUTOR
ELEMENTO ÚNICO Y SUBVENCIONABLE							
LOCALIZACIÓN IDENTIFICACION							
PROVINCIA							
MUNICIPIO							
BARRIO							
CALLE O PLAZA							
DENOMINACION ESPECIFICA							
DENOMIN. O ELEMENTO 2º							
COORDENADAS UTM							
AUTOR EDIF. O ELEMENTO 48							
FECHA DE ANTIGÜEDAD 78							
ACCESIBILIDAD EN:							
Vehículo Ordinario		Vehículo sólo ligero		TIPOLÓGIA EDIFICIO		TIPOLÓGIA ELEMENTO	
Accesibilidad 79		Accesibilidad 81		1. Torre 2. Píladonómica		98 Simple	
Defici. accesibilidad 79		Defici. accesibilidad 81		3. Pórtico		99 Complejo	
Defici. parámetro 79		Defici. parámetro 81		Obrador 80		00 Clasificación	
				Semiordenado 85		Urbanografía (estado de conservación)	
				Rural 87			
RELACION CON ENTORNO							
Código Inicial				Código Interio			
Entorno amplio 92		Entorno medio 95		1. Destacado		2. Integrado	
Entorno restringido 94		Entorno limitado 96		3. Apreciable		4. No apreciable	
				5. Estado			
EFFECTOS DE CONSERVACION DEGRADACION							
0. Sin efecto 1. Lazo 2. Débil							
3. Estrecho 4. Pórtico 5. Pórtico 6. General							
CONSERVACION GLOBAL							
Buen 138							
Deficiente 139							
Poco conservada 140							
Poco guardada 141							
Poco lista 142							
Ruina 143							
GRADO DE PROTECCION							
1. Declaración BC 144							
2. Declaración IC 145							
3. Declaración IBC 146							
4. Declaración subterránea 147							
5. Estado de detalle 148							
6. Declaración 1975 149							
A. Actual P. Propuesta							
PROPIEDAD							
Patrimonio del Estado 150							
Patrimonio Autonómico 151							
Patrimonio Provincial 152							
Patrimonio Municipal 153							
Patrimonio Religioso 154							
Patrimonio Entidades Públicas 155							
Patrimonio Entidades Privadas 156							
Patrimonio Particular 157							
No identificado 158							
USOS							
Vacante 159							
Comercial 160							
Fabrica industrial 161							
Reserva industrial 162							
Reserva agrícola 163							
Cultural 164							
Sociedad 165							
Departivo 166							
D. Seguro A. Actual B. Recomendado							
IMAGEN MEDIO SOCIO-ECONOMICO							
Aislado 201							
Exótico 202							
Regresivo 203							
Abandonado 204							
COLABORACION PROPIEDAD							
Si 205							
No 206							

Ilustración A1.13. Ficha de inventario de Patrimonio Histórico arquitectónico industrial del Gobierno Vasco.⁴⁹³

⁴⁹³ Sobrino Simal, Julián. 1996. *Arquitectura Industrial en España, 1830-1990*. Cátedra, Madrid, pp. 57.

FICHA		PATRIMONIO INDUSTRIAL	
DENOMINACIÓN DE LA OBRA		ANÁLISIS ESTRUCTURAL	
ESQUEMA POÍTICO		ELEMENTOS ESTRUCTURALES Y SISTEMA ESTRUCTURAL. SECCIÓN TIPO	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Elementos estructurales → Sistema estructural ■ Epoca: 		<div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 100px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> Situación </div>	
DOCTORADO "PATOLOGÍA DE LA EDIFICACIÓN" AUTORA: DIANA SÁNCHEZ MUSTIELES			

Ilustración A1.16. Ficha de análisis estructural realizada para trabajo de investigación para suficiencia investigadora (Diana Sánchez, 2005/2006).⁴⁹⁶

⁴⁹⁶ Ficha de trabajo de investigación original de la autora; "Análisis de arquitectura industrial valenciana a principios del siglo XX. Ejemplos de sistemas constructivos y estructurales". Del curso 2005/2006 en el programa "PATOLOGIAS EN LA EDIFICACIÓN" de DOCTORADO, departamento de construcciones arquitectónicas en la Universidad Politécnica de Valencia. Se ha modificado para el presente trabajo.

FICHA PATRIMONIO INDUSTRIAL VALENCIANO			
D-00 DENOMINACIÓN DE LA OBRA			
SITUACIÓN GRÁFICA		EMPLAZAMIENTO	
ESCALA		ESCALA	
COMARCA		MUNICIPIO	
CALLE/PLAZA			
EPOCA		ACCESO	FÁCIL <input type="checkbox"/> DIFÍCIL <input type="checkbox"/>
ESTILO ARQUITECTÓNICO			
AUTOR PROYECTO			
CONSTRUCTOR			
SECTOR INDUSTRIAL			
USO ORIGINAL		USO ACTUAL	
USOS PRECEDENTES			
FINCA ACCESIBLE		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	INTERIOR ACCESIBLE
			SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
PROPIETARIO PRIVADO		PÚBLICO	
ZONA	RESIDENCIAL <input type="checkbox"/>	COMERCIAL <input type="checkbox"/>	INDUSTRIAL <input type="checkbox"/>
TIPO DE ENTORNO			
CONJUNTO Y ELEMENTOS ARQUITECTÓNICOS VINCULADOS			
VINCULACIÓN CON TRANSPORTE			
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL EDIFICIO		EXCELENTE <input type="checkbox"/>	BUENA <input type="checkbox"/> DETERIORADA <input type="checkbox"/> BUENA <input type="checkbox"/>
MANTENIMIENTO			
PROTECCIÓN EXISTENTE			
PROTECCIÓN PROPUESTA// PERSPECTIVAS DE FUTURO			

Ilustración A1.14 Ficha de datos generales realizada para trabajo de investigación para suficiencia investigadora (Diana Sánchez, 2005/2006).⁴⁹⁴

⁴⁹⁴ Ficha de trabajo de investigación original de la autora; "Análisis de arquitectura industrial valenciana a principios del siglo XX. Ejemplos de sistemas constructivos y estructurales". Del curso 2005/2006 en el programa "PATOLOGIAS EN LA EDIFICACIÓN" de DOCTORADO, departamento de construcciones arquitectónicas en la Universidad Politécnica de Valencia. Se ha modificado para el presente trabajo.

Metodología para la recuperación y puesta en valor del patrimonio industrial arquitectónico.
Antiguas fábricas del Grao de Valencia.

FICHA 0-00 PATRIMONIO INDUSTRIAL MATERIALIDAD ACTUAL	
DENOMINACIÓN DE LA OBRA	
	CUBIERTAS Y PAVIMENTACIÓN
	MATERIALIDAD
	ESTADO DE CONSERVACIÓN
	MANEJO
	PATOLOGÍAS DETECTADAS
	MATERIALIDAD
	ESTADO DE CONSERVACIÓN
	MANEJO
	PATOLOGÍAS DETECTADAS
	MATERIALIDAD
	ESTADO DE CONSERVACIÓN
	MANEJO

DOCTORADO "PATOLOGÍA DE LA EDIFICACIÓN"
AUTORA: DIANA SÁNCHEZ MUSTELES

Ilustración A1.15 Ficha de análisis de materialidad realizada para trabajo de investigación para suficiencia investigadora (Diana Sánchez, 2005/2006).⁴⁹⁵

⁴⁹⁵ Ficha de trabajo de investigación original de la autora: "Análisis de arquitectura industrial valenciana a principios del siglo XX. Ejemplos de sistemas constructivos y estructurales". Del curso 2005/2006 en el programa "PATOLOGÍAS EN LA EDIFICACIÓN" de DOCTORADO, departamento de construcciones arquitectónicas en la Universidad Politécnica de Valencia. Se ha modificado para el presente trabajo.

El Modelo Social: Innovación en el Turismo para el Nicho de las Personas con Discapacidad.

Autor: Matamoros Hernández Edmundo Omar

magdalenamaldonado2004@yahoo.com.mx

Coautora: Mtra. María Magdalena Maldonado Avalos

Adscripción Institucional: Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional.

Programa: Maestría en Administración e Innovación del Turismo.

Resumen

Palabras clave: Turismo, Ocio, Modelo Social de la Discapacidad, Innovación.

La importancia del turismo como vivencia social es cada vez mayor en el mundo, esto implica que deben generarse productos al alcance de la mayoría de las personas sin excluir a ningún grupo social, los profesionales en la industria turística deben innovar en productos y experiencias para que grupos como las personas con discapacidad, adultos mayores y familias con niños puedan gozar de una práctica como cualquier otra persona. El tomar el Modelo Social como paradigma ante la discapacidad da pauta a generar un turismo accesible que brinde un desarrollo social, económico y cultural.

Abstract

Keywords: Tourism, Leisure, Social Model of Disability, Innovation

The importance of tourism as a social practice has increased in the world; this means that there should be products that most of the people can reach, without excluding any social

group. Professionals in the tourism industry should innovate in products and experiences that bring people with disabilities, elder people and families with children into a touristic practice as any other person without these characteristics. Taking the Social Model as a paradigm toward disabilities will generate an accessible tourism able to provide social, economic and cultural development.

Introducción

El turismo como derecho universal de los seres humanos debe estar al alcance de cualquier persona sin distinción alguna, el turismo accesible surge como una alternativa para atender a nichos vulnerables, entre ellos las personas con discapacidad. A pesar de esto existen aún brechas que impiden que puedan gozar de estas actividades. El Modelo Social de la Discapacidad o paradigma social pretende adjudicar la responsabilidad de las barreras físicas, culturales y sociales en la sociedad y no en la población con discapacidad. Es a través de este nuevo paradigma que se pretende innovar, inicialmente en creencias e ideología sobre la discapacidad, lo que dará como resultado cambios en ámbitos arquitectónicos, sociales y culturales fomentando un turismo accesible.

Revisión de literatura

La innovación en el turismo debe estar enfocada en mejorar los productos para que las personas puedan tener acceso a ellos, partiendo del derecho al tiempo libre que tenemos como seres humanos se debe tener un objetivo claro al innovar los productos y las experiencias turísticas, sin duda esta innovación tiene beneficios económicos para los prestadores de servicios ya que al tener un acceso universal los turistas nacionales e

internacionales pueden ver en el turismo mexicano una oportunidad para viajar de manera cómoda y segura.

Joseph Schumpeter (1934) definió la innovación en un sentido general a través de su Teoría del Desarrollo Económico en la que propone que la actividad innovadora es la fuerza más importante del crecimiento económico a través de su “destrucción creadora”, esto implica romper con procesos, ideas, métodos y prácticas que impiden el crecimiento.

La fundación Cotec (2001) propuso que para que la innovación surta efecto se debe generalizar el cambio, esto es, que involucre a toda la sociedad a partir de tres momentos o estados en el proceso de cambio:

1. La invención: creación de una idea potencialmente generadora de beneficios comerciales, pero no necesariamente a través de productos o procesos productivos.
2. La innovación consistente en la aplicación comercial de una idea: incrementar la capacidad de creación de riqueza de la empresa, con repercusiones sociales.
3. La difusión: cuando la innovación aporta un beneficio real a la sociedad y al país.

Para Peter Drucker (1981) la innovación no es un término técnico, sino económico y social, supone cambio económico y social, es un cambio en la conducta de las personas como consumidores o productores, como ciudadanos, etc. La innovación crea nueva riqueza o un nuevo potencial de acción antes que un nuevo conocimiento, por lo que un cambio real respecto a una situación no solo implica la aplicación de un nuevo proceso o tecnología, la sociedad debe aceptarlo como tal y solo hasta ese momento se podrá considerar que se ha logrado el proceso de innovación.

Desarrollar productos de turismo accesible no solo benefician a las personas con discapacidad, ya que para el 2020 el Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2006) prevé que la población de adultos mayores alcance su tasa máxima de crecimiento (4.2%) con 14 millones de individuos, lo cual representaría el 12.1% de la población.

Para el 2050 este grupo representará el 27.7% de la población total, lo que significará que los servicios y productos tendrán que tener un enfoque incluyente ya que las personas requerirán servicios y atención especial al presentar dificultades para desplazarse o algún otro tipo de discapacidad que por la edad se pueda presentar.

Países como Perú han innovado su oferta turística para personas con discapacidad a partir de un gran número de leyes que se fueron articulando con el fin de lograr una inclusión social.

A partir de una base legal han construido durante años una oferta de turismo accesible capaz de atraer a turistas internacionales que ya tenían como un mercado cautivo. La innovación se dio a partir de captar turistas de esas mismas nacionalidades pero con alguna discapacidad y a sus adultos mayores, donde vieron nichos de mercado potenciales al analizar sus tasas de crecimiento, ingresos, actitudes y hábitos de consumo.

El estudio “Turismo para Personas con Discapacidad, Un segmento en Desarrollo” de la Comisión de Promoción del Perú (1999), aporta los datos de la organización Keroul, en Canadá, donde indicó que en Estados Unidos, Canadá y 17 países de Europa Occidental existen alrededor de 94 millones de personas con discapacidad y, de este total, aproximadamente 61 millones tienen la capacidad de viajar, tanto en términos económicos

como de desplazamiento, esta información resulta trascendente para México ya que Estados Unidos y Canadá son los principales mercados emisores de turistas hacia nuestro país, lo que representa una oportunidad si la oferta de turismo accesible se consolida.

De acuerdo a PromPerú (1999) el turismo para personas con discapacidad es un segmento de mercado que cada vez cobra mayor importancia dentro de la industria turística internacional ya que existen factores como:

1. Aumento del tamaño del mercado, ya que a medida que se incrementa la esperanza de vida, crece el número de personas con alguna discapacidad y existe un crecimiento demográfico de adultos mayores en nuestro país.
2. Mejora en los ingresos que percibe este grupo, como consecuencia de la existencia de programas de turismo social, subsidios, descuentos, programas de apoyo económico, pensiones, etc.
3. Las mejoras tecnológicas que permiten mayor información y desplazamiento, y por ende posibilita la realización de viajes, el internet favorece la comunicación entre los prestadores de servicios y las personas con discapacidad, lo que permite que conozcan las opiniones de otros usuarios con alguna discapacidad sobre los destinos que se ofertan como accesibles.
4. Incremento en las facilidades y servicios para personas con discapacidad, tanto por una toma de conciencia de los requerimientos existentes como en respuesta a la creciente demanda de los mismos, en este sentido el gobierno mexicano, federal y local a través de la

legislación propician la inclusión social, sensibilizando al sector privado sobre la importancia de brindar servicios con accesibilidad universal, no solo pensando en las personas con discapacidad, sino en otros grupos tales como adultos mayores y familias con niños.

La innovación debe ser integral, el turismo accesible no se puede limitar a la accesibilidad en los atractivos turísticos, debe completarse la cadena del servicio de tal manera que sea eficiente y pueda considerarse una oferta de turismo accesible, esta debe abarcar:

- Aeropuertos
- Agencias de viajes
- Transporte terrestre
- Establecimientos de hospedaje
- Guías turísticos
- Aerolíneas
- Vialidades
- Museos
- Restaurantes
- Terminales de autobuses, metro, tren ligero.
- Capacitación al personal

La innovación debe partir desde los planos culturales, como lo mencionaron Schumpeter y Drucker resulta imposible lograr cambios de carácter tecnológico si la sociedad no acepta

dichos cambios de manera natural, para lograr la inclusión social debe existir un cambio cultural frente a la población con discapacidad y de esa manera los procesos de innovación en los espacios, productos y servicios turísticos tendrán un resultado positivo, de otra manera se podrán desarrollar proyectos turísticos considerados incluyentes pero que al ser específicos para personas con discapacidad mantendrán un carácter excluyente.

La innovación debe apuntar al diseño universal, que de acuerdo al Manual Técnico de Accesibilidad (SEDUVI, 2007) es “el diseño de productos y entornos para ser utilizados por todas las personas, al máximo posible, sin adaptaciones o necesidad de un diseño especializado” por lo que un producto turístico accesible tendrá mayor éxito en la medida que contemple todas las variables, no solo aspectos físicos, también debe enfocarse en la capacitación de su personal, que las experiencias que ofrezca puedan disfrutarse lo más que se pueda por todos sus clientes.

El proceso de cambio es gradual y no solo debe darse en el ámbito turístico, debe darse en todos los sectores. México ha dado un gran paso al modificar la política de atención a los niños con discapacidad en la educación básica al obligar a las escuelas a prestar los servicios educativos a todos los niños sin distinción.

Este cambio de paradigma resulta innovador ya que al tener como sustento el Modelo Social de la Discapacidad puede ser un punto de partida para la democratización del turismo, no solo en aspectos de accesibilidad física, sino también en el diseño y planeación de actividades propias de la industria turística como tours, visitas guiadas y eventos socioculturales.

De esta manera pueden surgir nuevos productos turísticos, que ofrezcan actividades incluyentes y con un diseño universal. Los lugares que ya ofrecen algún servicio pueden adaptar su infraestructura para contar con un diseño universal.

Objetivo General

Demostrar la importancia de la innovación en la planeación, gestión y desarrollo de productos y experiencias de turismo accesible desde un enfoque de derechos humanos con el objetivo de lograr beneficios económicos, sociales y culturales.

Objetivos específicos

- Analizar la importancia del ocio y el turismo como derechos humanos universales.
- Estudiar el Modelo Social de la Discapacidad y la viabilidad de su aplicación en el turismo.
- Identificar las estadísticas de discapacidad y adultos mayores y su proyección hacia el futuro.
- Resaltar la importancia de la innovación en el turismo para ofrecer productos y experiencias que satisfagan la demanda actual y hacia el futuro, como un derecho humano y como una oportunidad de mercado.

Problema de investigación

El turismo, enmarcado en el tiempo libre es una de las actividades que actualmente se realiza con mayor frecuencia, ya sea como excursionistas o turistas la oferta que se encuentra es diversa y resulta de gran importancia ya que todas las personas sin excepción

puedan gozar de estas actividades y es que el tiempo libre y el descanso son derechos humanos universales (ONU, 1948).

En México, la legislación en torno al turismo se fundamentó en tratados internacionales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos (ONU, 1948), en esta se avoca al tiempo libre y al descanso de todo ser humano como un derecho inalienable.

La ONU (2006), consolidó un tratado internacional donde México fungió como país anfitrión, este tratado se denomina “Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad” y en este se recogen los derechos humanos de las personas con discapacidad así como las obligaciones de los Estados participantes en la Convención.

El objetivo principal de la Convención es promover, proteger y asegurar los derechos de las personas con discapacidad. Esta Convención involucra a organizaciones de la sociedad civil, instituciones nacionales de derechos humanos y organizaciones intergubernamentales. Esta Convención se aprobó el 13 de diciembre del 2006 y los Estados participantes ratificaron su participación el 30 de marzo del 2007, comprometiéndose jurídicamente a respetar los acuerdos que en ella se encuentran. Los Estados que decidieron no participar deben realizar esfuerzos por apearse a ella ya que se considera una norma internacional.

En el año 2011, el Congreso de la Unión publica la “Ley general para la inclusión de las personas con discapacidad” (CONADIS, 2011), el artículo VIII se enfoca al deporte, recreación, cultura y turismo; esta da pautas a seguir desde un aspecto social hasta un aspecto político por lo que se observa una atención especial por parte de la legislación en la difusión e inclusión de las personas con discapacidad.

En el ámbito local, el 19 de Febrero del 2013, se publicó el “Decreto por el que se establecen los lineamientos para la accesibilidad universal y la atención prioritaria de las

personas con discapacidad y en situación de vulnerabilidad en las dependencias, órganos desconcentrados y entidades de la administración pública del Distrito Federal”.

En este decreto se establecen 8 lineamientos y es de “observancia obligatoria para las dependencias, órganos desconcentrados, Entidades y órganos de apoyo de la Administración Pública del Distrito Federal y tiene por objeto construir una ciudad con igualdad, equidad, justicia social, reconocimiento de la diversidad, alta cohesión e integración social, pleno goce de los derechos y en creciente elevación de la calidad de vida para el integral desarrollo tanto individual como social de sus habitantes”(Gaceta Oficial del Distrito Federal).

Con este sustento legal, el turismo como actividad fundamental debería mostrarse como una práctica incluyente. Sin embargo, para algunos sectores de la población como el de las personas con discapacidad, no se han generado los espacios y actividades que garanticen el ejercicio de sus derechos.

De acuerdo a TheEqualityStudies Centre (1994) y Finkelstein (1995) el tener alguna discapacidad significa ser objeto de una discriminación, implica aislamiento y restricción social, esto ha generado una brecha social que impide que las personas puedan tener una participación activa en actividades de turismo, ocio y recreación.

El Turismo Accesible (Gómez Mont, 2006) es el que se ocupa de atender a este segmento poblacional que por diversas razones ha visto restringida su movilidad dentro de los espacios de recreación y descanso, brindando un goce pleno de los servicios recreativos y turísticos.

Los beneficios del turismo, como ámbito del ocio y la recreación supone diversos beneficios para las personas, a través de sus actividades ha demostrado menores niveles de cansancio, irritabilidad, preocupaciones y dolores de cabeza entre personas que se

encuentran de vacaciones o que realizan alguna visita, por lo que implica que una persona con discapacidad pueda encontrar en esta actividad beneficios diversos.

Brinckmann y Sidnei en Brasil (2003) en su estudio plantearon el turismo como un integrador social que debe estar al alcance de todos, fomentando una práctica inclusiva que surja en la academia, a partir de las investigaciones que aborden a la discapacidad como parte de la sociedad y no de la persona.

Gorbeña y Lázaro (1997) abordaron el ocio como un derecho fundamental de las personas con discapacidad, resaltaron la importancia de fomentar una práctica inclusiva en la que una mayoría pudiera participar, gozando de los beneficios de la recreación y el turismo como experiencias de ocio, así mismo, Lázaro (2004) toma como principal eje el derecho a vivir experiencias de ocio por su característica de integrador social de las personas con discapacidad; en este sentido el turismo accesible responde al derecho de las personas con discapacidad a disfrutar plenamente de actividades al igual que cualquier otra persona.

La sociedad y la cultura imponen barreras que la población con discapacidad encuentra y es a través de diversas investigaciones como el estudio “Hábitos y actitudes hacia el turismo de las personas con discapacidad” (Huesca y Ortega, 2004) que se obtuvo un perfil del viajero con discapacidad, sus motivaciones e intereses, en el cual resaltaron actividades culturales y artísticas como las preferencias de los viajeros, y como limitaciones principales la accesibilidad física y la inaccesibilidad a las actividades que se desarrollan en los puntos turísticos y recreativos.

La organización Keroul (2011) en Quebec obtuvo datos sobre sus habitantes mostrando su percepción hacia los servicios que brinda su ciudad y a pesar de que Canadá lleva años trabajando para la inclusión de las personas con alguna discapacidad el estudio mostró

estadísticas altas en la inconformidad respecto a la accesibilidad en transportación y los servicios públicos en la ciudad.

Con la finalidad de atender al nicho de personas con discapacidad en Perú se desarrolló el “Manual de atención para el Turista con Discapacidad” (2000) donde se aportan una serie de procedimientos en el sector turístico para atender a las personas con alguna discapacidad, principalmente con la finalidad de atender a los turistas estadounidenses y canadienses que presentaran dichas características que para el año 2000 representaba un fuerte ingreso en su actividad turística.

A principios de la década de los ochenta surge el Modelo Social de la Discapacidad desarrollado por Oliver (1983) quien quitó la mirada de la discapacidad como algo inherente a la persona y centró el análisis en los entornos inadecuados y las actitudes sociales hostiles que agudizan la discapacidad.

La mirada se centra ahora en las barreras culturales, sociales y políticas que la sociedad ha implantado a través de los años, generada por la imposibilidad de la sociedad de responder a las necesidades de las personas con “deficiencias” comprobadas o percibidas, sin importar sus causas.

El modelo médico o asistencialista (CONAPRED, 2012) en el que la persona con discapacidad era asistida o se le facilitaban procesos con el fin de que pudiera tener acceso a distintos servicios queda atrás, la apuesta ahora es generar condiciones de inclusión y accesibilidad en todos los sectores. El Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU) reconocen al Modelo o Paradigma Social de la discapacidad como un modelo para eliminar barreras físicas, sociales y culturales por lo tanto plantea una innovación en el paradigma que se tiene sobre la discapacidad.

La accesibilidad universal, parte del modelo social, promueve que la construcción del entorno y de la propia sociedad se base en las necesidades de todas las personas; esto ha sido el fundamento para que la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2006) incite a los estados a:

“Adoptar medidas pertinentes para asegurar el acceso de las personas con discapacidad, en igualdad de condiciones con las demás, al entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones, incluidos los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, y a otros servicios e instalaciones abiertos al público o de uso público, tanto en zonas urbanas como rurales”.

Metodología

Se realizó un análisis a las legislaciones y normativas internacionales y locales, así como una revisión al Modelo Social de la Discapacidad para distinguir sus características. Se estudió el estado del arte sobre los beneficios del turismo, el ocio y la recreación.

Se revisaron publicaciones internacionales y nacionales que hablan sobre turismo accesible y sus beneficios económicos y sociales, así como sus alcances y proyecciones hacia el futuro.

Se estudió a diversos autores que abordan la innovación para resaltar la importancia de desarrollar productos de turismo accesible, como un derecho universal del ser humano y como un nicho de mercado potencial con vistas al futuro.

Resultados

El turismo, como una práctica social tiene beneficios muy bien definidos, la interacción entre los individuos, el conocer diferentes culturas, el salir del entorno cotidiano y el vivir nuevas experiencias tienen como resultado que las personas logren divertirse, descansar e inclusive desarrollar nuevas aptitudes. Las personas con discapacidad, los adultos mayores y otros grupos como las familias encuentran barreras que deben ser eliminadas con el fin de lograr un turismo accesible.

La innovación en los productos y en las experiencias turísticas puede propiciar un turismo incluyente, no solo haciendo valer un derecho considerado universal, sino satisfaciendo un nicho que aún se encuentra poco atendido y que requiere al igual que una persona sin discapacidad o con alguna necesidad especial de viajar y divertirse.

Como parte de los resultados en torno a la investigación documental se encontraron investigaciones en el ámbito turístico nacional que abordan la discapacidad como tema principal, existen investigaciones en torno a la accesibilidad con un enfoque arquitectónico, con un énfasis en la creación de espacios con un diseño universal.

La legislación internacional y local otorgan derechos a las personas con discapacidad pero existe poca articulación entre ellas y el Modelo Social de la Discapacidad, que se considera actual en comparación con los paradigmas desde los cuales se veía la discapacidad anteriormente.

La política turística contempla este sector poblacional pero se requiere un trabajo en conjunto entre los ámbitos público, privado y las organizaciones de la sociedad civil, las cuales a pesar de los grandes esfuerzos no han logrado influir para que este grupo vulnerable logre satisfacer todos sus derechos.

Se puede considerar en este sentido que el ámbito turístico y recreativo, al ser un espacio considerado no básico para el ser humano esté en una línea tangente dentro de la agenda del gobierno lo cual se refleja en la carencia de políticas públicas para la atención de las personas con discapacidad.

Conclusiones

Las personas con discapacidad luchan actualmente por establecer situaciones de igualdad en diversos sectores, el turismo no es la excepción, la legislación local e internacional respaldan a este sector poblacional y se debe aprovechar esta normatividad para articular las leyes de tal manera que puedan aplicarse de manera efectiva a través de políticas públicas en el ámbito turístico que favorezcan la inclusión de las personas con discapacidad.

El paradigma social de la discapacidad o Modelo Social tiene las bases teóricas necesarias para fortalecer las políticas públicas enfocadas al turismo accesible, lo cual representa una oportunidad para los investigadores para desarrollar trabajos que favorezcan a este sector poblacional, innovando en aspectos de planeación, gestión y desarrollo, lo cual llevará a los prestadores de servicio a ver en estos nichos una oportunidad de mercado.

El perfil del viajero con discapacidad está bien definido, las personas con discapacidad realizan viajes en familia o en grupos, su gasto es mayor al de una persona sin discapacidad, viajan en temporadas bajas y al requerir en diversos casos servicios especiales su gasto se puede incrementar.

El aprovechar estas características para generar productos y experiencias accesibles no solo satisfacen la demanda de este nicho, también genera una preparación al futuro previendo el crecimiento del segmento poblacional de adultos mayores.

La innovación deberá partir de un cambio de idea o paradigma sobre las personas con discapacidad y su condición de vida, de tal manera que la oferta de actividades turísticas y recreativas genere un cambio sustantivo en su configuración para atender a este nicho de la población, brindando un verdadero turismo accesible.

Referencias

Brinckmann W. y Sidnei Jairo, S. (2003). *Desafíos para los estudiosos del Turismo, la Construcción de la sociedad inclusiva y del turismo accesible*. Cruz do Sul, Río Grande do Sul, Brasil. Cuadernos de Turismo. (41-58). España. Universidad de Murcia.

Consejo Nacional para el Desarrollo y la Inclusión de las personas con Discapacidad. *Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad*. Recuperado el día 21 de Octubre del 2012 de:http://www.profedet.gob.mx/profedet/pdf/ley_general_sobre_discapacidad.pdf

Consejo Nacional para Prevenir la discriminación. CONAPRED. Recuperado el 20 de abril del 2014 de:
http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=boletin&id=86&id_opcion=103&op=2
[13](#)

Contraloría del distrito federal, Gaceta Oficial del Distrito Federal. Recuperado el 28 de abril del 2014 de:<http://cgservicios.df.gob.mx/prontuario/vigente/4951.pdf>

Drucker, P. (1981). *Gestión Dinámica*. Barcelona. Hispano Europea S.A.

Finkelstein, V. (1995). *Disabling Society: Enabling Interventions*. Workbook 4” K255. The Disabling Society. Open University, School of Health, Welfare and Community Education.

Gómez Mont, M. (2006). *El turismo accesible, como una forma de integración a la vida social de las personas con discapacidad*. Recuperado el día 12 de Noviembre del 2012 de:
<http://portal.sre.gob.mx/pcdh/libreria/libro11/e1%20turismo%20accesible.pdf>

Gorbeña S. González, y Lázaro. (1997). *El Derecho al Ocio de las personas con discapacidad, análisis de la normativa internacional, estatal y autonómica del País Vasco*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Huesca, A. Ortega, E. (2004). *Hábitos y actitudes hacia el turismo de las personas con discapacidad*. Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos, España. Editorial Galenas.

Fundación para la Innovación Tecnológica. (2001). *Informe COTEC*. Recuperado el día 23 de Abril del 2014 de: http://213.229.166.39/upload/documentos/200505110009_6_0.pdf

Keroul, Turismo y Cultura para Personas con Habilidades Físicas Restringidas. (2011). *Estudio de los comportamientos y actitudes de las personas con discapacidad física respecto al turismo, cultura y transportación en Quebec*. Recuperado el día 23 de Abril del 2014 de: <http://www.keroul.qc.ca/library/pdf/KER-LivretFS2011-EN-WEB.pdf>

Lázaro, Y. (2004). *Ocio, inclusión y discapacidad*. España. Colección “Documentos de ocio”. Universidad de Deusto.

Manual Técnico de Accesibilidad. (2007). Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, SEDUVI. Recuperado de <http://www.libreacceso.org/downloads/Manual%20de%20Accesibilidad%20SEDUVI.pdf> el día 25 de Abril del 2014.

Oliver M. (1983). *Social Work with Disabled people*. Londres: Macmillan.

Organización de las Naciones Unidas. (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos. Texto recuperado el día 27 de Octubre del 2012

de:<http://www.un.org/es/documents/charter/intro.shtml><http://www.cinu.mx/onu/documentos/declaracion-universal-de-los-d/>

Parra-Dussan, C. (2010). Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad: antecedentes y sus nuevos enfoques en *International Law: Revista Colombiana de Derecho Internacional*, (16) 347-380. Recuperado el día 23 de marzo de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82420041011>.

PromPerú. (2000). *Manual de atención para el Turista con Discapacidad*. Recuperado el 12 de octubre de 2012 de: <http://media.peru.info/catalogo/Attach/1677.PDF>

Schumpeter, J. (1934): *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA, Harvard University Press.

The Equality Studies Centre.(1994). *Equality, Status and Disability*.Dublin: University College.

Villagómez, P. (2014) *El Envejecimiento Demográfico en México: Niveles, tendencias y Reflexiones en Torno a la Población de Adultos Mayores*. Recuperado el 24 de Abril del 2014 de <http://www.geriatria.salud.gob.mx/descargas/28.pdf>

**El consumo turístico como agente de cambio en la producción artesanal: el caso de
Meteppec, Estado de México.**

L.T. Wendy Nallely Osorio Hernández

wendy120988@gmail.com

Celular 7711548811

Resumen

El turismo es una actividad económica en la que el turista es a su vez un consumidor más, dentro del sistema económico capitalista que prevalece a nivel mundial, bajo esta condición, al atribuirle las mismas características que poseen los consumidores de hoy en día, se puede decir que los oferentes de bienes y servicios inmersos en el mercado turístico enfrenta grandes retos para permanecer en él, debido a que las tendencias de consumo cambian a pasos agigantados. Los turistas han pasado de ser consumidores pasivos a consumidores activos, y ahora, ante la creciente oleada digital, se les distingue como prosumidores, es decir como consumidores con una alta participación en la producción de los bienes y servicios que adquieren.

En el mercado turístico, algunas de estas implicaciones ocurren en el momento que el turista tiene contacto con la comunidad receptora o anfitriona (Mathieson & Wall, 1986). Es esta interrelación se encuentra el escenario donde el turista adquiere un bien o servicio del

residente (De Kadt, 1992), en el caso específico de esta investigación, al momento de la compra de una artesanía oriunda de la localidad. En esta compra el turista, incentivado por sus gustos y exigencias, funge como agente de cambio de las artesanías.

Las artesanías por su parte, no son un objeto inerte, son bienes comerciales que forman parte de la cultura de sus artífices, los artesanos. En esta relación el consumo turístico provoca cambios en el modo de producción de las artesanías que implica la suma de los elementos históricos, simbólicos, sociales, económicos, técnicos, materiales y de los procesos de trabajo (Turok, 1988), así como de la organización dentro de los talleres.

Palabras clave: Consumo turístico, producción artesanal, cultura.

Abstract

Tourism is an economic activity in which the tourist is itself a consumer within the capitalist economic system that prevails in the world, under this condition, by attributing the same characteristics that have consumers today, you can mean that suppliers of goods and services involved in the tourist industry faces major challenges remain in it, because consumer trends change rapidly. Tourists have gone from being passive consumers to active consumers, and now with the growing digital wave, they are distinguished as prosumers, ie as consumers with high involvement in the production of goods and services they buy.

In the tourist market, some of these implications occur when the tourist has contact with the receiving or host community (Mathieson & Wall, 1986). Is this relationship stage where the tourist purchases a good or service resident (De Kadt, 1992), in the specific case of this

research when buying native handcrafts of the town is located. In the tourist purchases, stimulated by your tastes and requirements, act as agent of change handcrafts.

Handcrafts for their part, are not an inert object, are commercial goods that are part of the culture of its architects, artisans. In this respect tourism consumption causes changes in the mode of production of the crafts that involves the sum of the symbolic, social, economic, technical, material and work processes (Turok, 1988) historical elements, as well as the organization within the workshops.

Keywords: tourism consumption, handcraft production, culture.

Introducción

La realización de viajes con fines turísticos es una actividad mundial, que ha demostrado ser un factor generador de cambios dentro de los destinos que reciben flujos de turismo. Los estudios existentes sobre los cambios o denominados también impactos de la actividad turística, generalmente analizan los cambios que ocurren en al menos alguna de las dimensiones: la económica, la ecología, la social y la cultural.

En los destinos de México donde han arribado turistas nacionales y extranjeros, se han presentado cambios derivados de la actividad turística, algunos suelen ser muy notorios, debido a que el territorio mexicano posee una marcada diversidad de estratos económicos, de ecosistemas, así como también de manifestaciones culturales.

Un ejemplo claro son las artes populares, conformadas por las expresiones formales, materiales y tradicionales de un pueblo (Frías, 2005: 15) y como singular ejemplo están las artesanías, objetos de orden utilitario o decorativo, valoradas por ser hechos a mano con la ayuda de instrumentos simples y rudimentarios. Las artesanías son muestra de la cultura de sus artífices, los artesanos, al mismo tiempo son bienes comerciales que al ser adquiridos poseen relevancia social y económica. Aquellas que han encontrado lugar dentro del mercado turístico son consumidas como bienes complementarios y se han convertido en un medio de contacto entre el turista y la cultura de la localidad receptora.

En México, un destino donde se combina la producción artesanal y la actividad turística es el municipio de Metepec en el estado de México, nombrado “Pueblo Mágico” en septiembre del 2012 (SECTUR, 2012). Que se destaca por la elaboración de artesanías hechas de barro y cerámica, en especial por una de ellas: el árbol de la vida; cerámica escultórica, que da identidad al municipio (Medina & Vilchis, 2012: 51). En este destino, es necesario conocer los cambios generados por el turismo en la vida de los artesanos, y por ende en las artesanías, para profundizar el conocimiento que se tiene sobre el alcance que tiene la actividad turística en las localidades receptoras.

Y así coadyuvar a su comprensión bajo una visión integral de economía, sociedad y cultura.

Frente a la problemática de ¿Cómo los turistas, a través de su consumo, influyen en la producción artesanal de barro en Metepec, México?, se busca identificar y evaluar los cambios; económicos, sociales, culturales y ambientales, que han ocurrido en la producción artesanal que se destina al consumo turístico de Metepec, México, para vislumbrar el nivel

de influencia que tienen los turistas en los procesos de producción de bienes y servicios que consumen, todo ello con la finalidad de elaborar propuestas que incidan positivamente en acciones en torno a las artesanías que se distribuyen en el mercado turístico.

Metodología

Para entender la interrelación de los turistas con los artesanos, primero fue necesario entender la dinámica del turismo en Metepec, a través del conocimiento del perfil general de los visitantes que recibe el municipio por un lado y por otro, el conocer las características del municipio, como sus antecedentes históricos, sus costumbres, tradiciones y folclore.

En la caracterización se señalan los principales eventos que en su momento marcaron pautas para que la actividad turística se convirtiera en lo que es hoy en el municipio. Se usó información histórica y actual de Metepec, vinculada con la obtenida de sus pobladores, para tener una perspectiva más amplia de los hechos ocurridos.

Se obtuvo información del perfil del visitante que llega a Metepec mediante la aplicación de una encuesta a una muestra de 271 visitantes nacionales y extranjeros, que llegaron a Metepec. El tipo de muestreo que se aplicó fue no probabilístico accidental o casual, debido a que el criterio de selección dependió de las posibilidades que tuve para que accedieran a responderme y la técnica usada para recabar la información fue la encuesta, por medio de un cuestionario como instrumento.

El cuestionario se aplicó en la localidad de Metepec en sitios donde se detectó una mayor afluencia de visitantes por una parte, pero también se consideraron algunos otros, que según el ayuntamiento, son los más concurridos por los visitantes y habitantes del municipio.

El instrumento aplicado dio a conocer las siguientes características de los visitantes:

1. Características sociodemográficas
2. Características económicas
3. Características del viaje
4. Características del consumo de artesanías

Se usó también un segundo instrumento, orientado al conocer la situación de la producción artesanal de Metepecy fue útil para detectar los cambios por los que han atravesado las artesanías del municipio.

La información que se obtuvo de este segundo instrumento proviene de entrevistas que se aplicaron a algunos alfareros de Metepec. Con esto se buscó obtener de primera mano, hechos y acontecimientos que sucedieron en sus vidas, relacionados directamente a la producción y venta de sus productos, dirigidos al consumo turístico local y al mercado en el general.

Para seleccionar a los artesanos que proporcionaron la información que requirió este estudio, se seleccionaron a todos los artesanos dedicados a la alfarería que elaboraran Árboles de la Vida, por considerarse esta como la artesanía emblemática del municipio.

En total resultaron 82 artesanos, provenientes de 38 talleres familiares distintos. Por lo tanto se optó por hacer un censo de los talleres artesanales, y en cada uno se solicitó la participación de uno solo de sus integrantes, para responder las preguntas de la entrevista. La técnica con la que se pudo recabar la información fue mediante una entrevista semiestructurada, para darles la apertura de extenderse en sus respuestas y el instrumento usado fue un cuestionario.

La duración de cada entrevista era muy variada, teniendo entrevistas de hasta 4 horas de duración como máximo y las más cortas de 40 minutos aproximadamente. El cuestionario tenía un total de 30 reactivos y un espacio para el llenado de datos generales. Las preguntas estaban dirigidas a conocer las siguientes características de la producción artesanal.

1. Características sociodemográficas del artesano
2. Características de la producción de sus artesanías
3. Características culturales e históricas.
4. Características económicas de la producción artesanal

Resultados preliminares

A continuación se presentan una serie de resultados que sobresalen de la investigación para poder reflexionar sobre ellos.

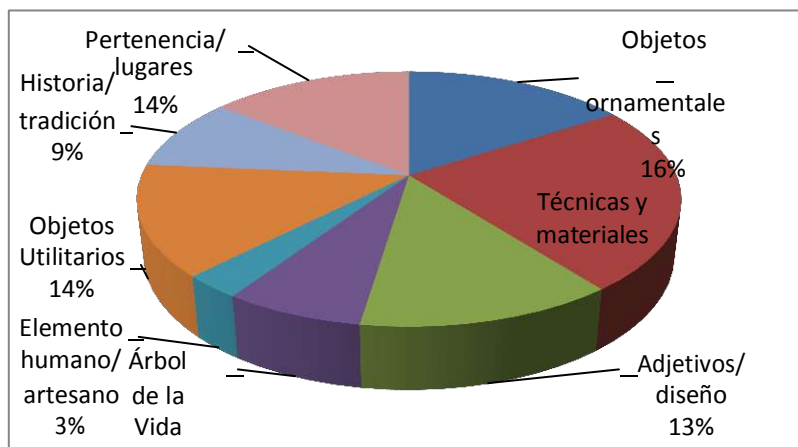
Metepec turísticamente, se proyecta como un destino típico y de manifestaciones culturales tradicionales. Se considera que la tradición alfarera es el elemento principal que atrae a los visitantes y la información recabada de las encuestas, referente a las características del

consumo artesanal, ayudaron a reconsiderar dicha afirmación y a entender las tendencias de compra actual de las artesanías.

Los visitantes que acuden a Metepec en su mayoría son familias que viajan los fines de semana a este municipio. Estos viajeros expresaron la siguiente información.

Tienen una cierta imagen de artesanía proporcionada en su mente, como se muestra en la siguiente imagen.

Figura 1. Gráfica de top of mind de artesanía



Fuente: elaboración propia

En primer lugar con un 24% están las palabras referentes a las técnicas y materiales, la más repetida fue palabra barro en un 20%. Un 16% de los participantes hicieron mención de palabras relacionadas a objetos de carácter puramente ornamental, seguido con un 14% de los participantes, que la relacionaron con objetos utilitarios, y con el mismo porcentaje otros la asociaron a palabras que hacían referencia a distintos lugares, la mayoría relaciono la relaciono con Metepec. Un 13% relacionaba a la artesanía con algún adjetivo calificativo

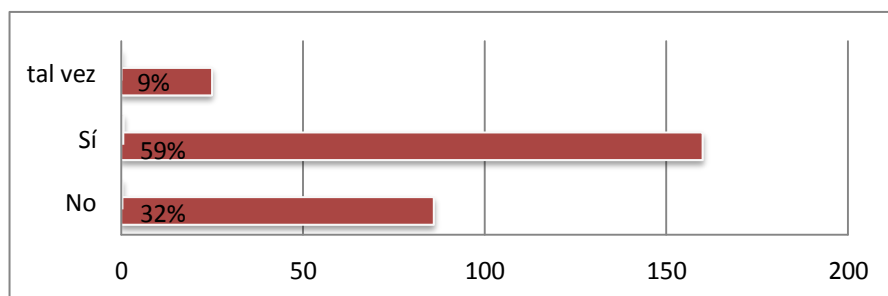
en base a sus gustos, un 9% hizo mención sobre alguna de sus características cultural; y sólo un 3% nombro palabras referentes al elemento humano.

Esta última cifra, que representa una minoría, captó la atención, ya que se observó que los visitantes no están percibiendo el carácter histórico y cultural de tiene la artesanía en general, y tampoco tienen presente el factor humano intrínseco de la artesanía, tal como el trabajo o la creatividad que cada artesano pone en sus piezas.

Esto denota la necesidad de buscar una manera diferente de presentar a la artesanía, no sólo como objeto, sino como parte de la cultura de los habitantes y principalmente que se piense en los artesanos y se valore más esa parte.

Referente al interés de compra de artesanías, un 59% de los encuestados estaba decidido a comprar artesanías en esa visita, un 9% se mostró indeciso, y al 32% restante no le interesaba comprar (ver figura 6).

Figura 2. Gráfica del interés de compra de artesanías de los visitantes



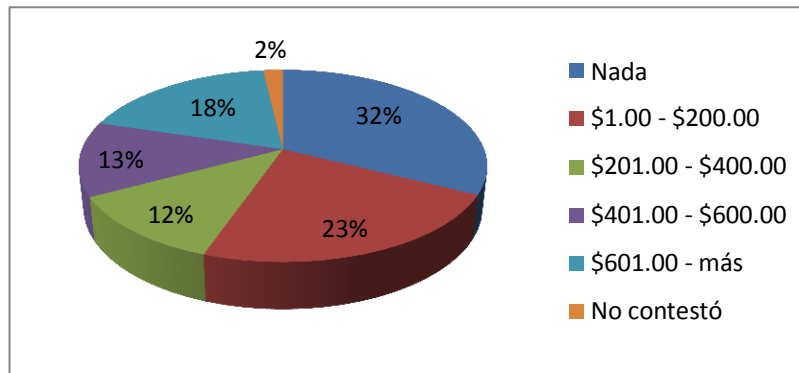
Estos resultados muestran que las artesanías son un artículo socorrido aún por lo visitantes a pesar que un 55% afirmo haber comprado con anterioridad otras artesanías de barro en Metepec, contra un 45% que no lo hicieron.

Del total de los encuestados que afirmaron haber comprado artesanías con anterioridad, sólo un 48% había adquirido un *Árbol de la Vida*. Comparado con el total de los encuestados esto equivale a un 27% que si ha comprado un árbol. Como se puede observar en cualquiera de los dos casos la cifra es minoritaria, ni la tercera parte del total, ni la mitad de los que sí han adquirido artesanías. Sorprende porque al mismo momento que se muestra como el “producto estrella” del lugar; que representa a Metepec a nivel nacional y por otro lado, al país a nivel internacional, y no es el más consumido por los visitantes que llegan a Metepec.

Existe una amplia variedad en tamaños, diseños y precios, estos últimos oscilan desde \$70.00 pesos hasta miles de pesos, que son los más sofisticados y de gran tamaño, A pesar de eso, aquí hay dudas sobre lo que realmente sucede con este producto, del por qué no es tan buscado o consumido en el mercado turístico local.

Respecto al dinero que está dispuesto a gastar en la compra de artesanías los resultados obtenidos fueron los siguientes.

Figura 3. Gráfica del dinero que los visitantes destinan a la compra de artesanías

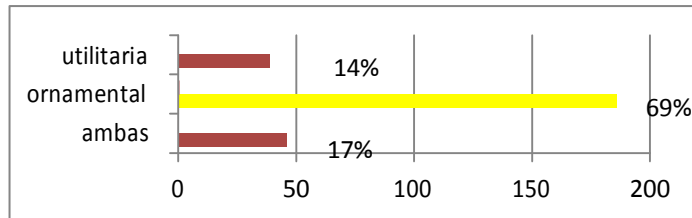


Fuente: elaboración propia

Se observa que el 32% no piensa destinar recursos económicos a la compra de artesanías, este grupo está conformado por aquellos a quienes desde un inicio no les interesó la adquisición de artesanías. Un 23%, que es la siguiente cifra mayor, no gastaría más de \$200.00 pesos, seguida de un 18%, que destinaría más de \$600.00 pesos en sus compras. En relación con el dato de ingresos mensuales, se puede ver que la mayoría tenía ingresos entre \$6, 800.00 y \$11,599.00 pesos, comparándolo la cantidad que del grupo del 18%, se puede decir que destinan aproximadamente un 8% del total de sus ingresos mensuales.

Indagando más sobre la preferencias de estos visitantes para conocer el tipo de artesanía que generalmente ha comprado más el 69% de los encuestados afirmó haber comprado objetos artesanales de decoración, mientras que un 14% únicamente compraba artesanía utilitaria y el 17% compraba ambos tipos de artesanías (ver figura 8).

Figura 4. Gráfica de clase a artesanías que consumen en general



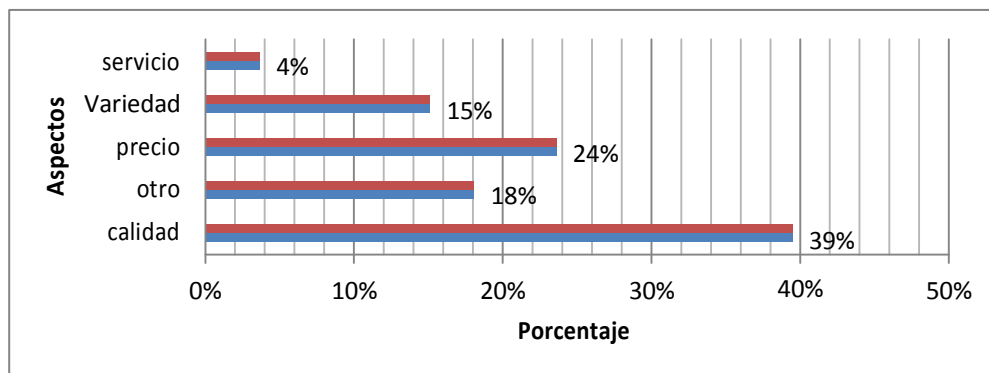
Fuente: elaboración propia

Estos resultados dan una idea de la crisis por la que atraviesa la alfarería utilitaria de Metepec, por la escasa demanda de estos productos en este mercado turístico, y quizá también, suceda lo mismo en el mercado en general.

En el uso para el que destinan el artículo se encontró que el 59% las compró para uso propio o doméstico, un 31% las destinó para regalo y un 10% se dedicó a coleccionarlas, un mínimo porcentaje, el 1%, afirmó comprarlas para sus eventos sociales, donde cumplen el papel de “recuerdos”, es decir de aquellos objetos que se colocan sobre las mesas de los invitados, con la finalidad de obsequiarlas, y que generalmente tienen una leyenda con el nombre del anfitrión del evento y la fecha. Este último es un segmento de mercado no está aún consolidado, representa una minoría, pero y es una alternativa diferente para que los productos artesanales se desplacen en otros mercados.

Otro aspecto investigado fue el saber cuál es el aspecto decisivo del turista al momento de la compra de artesanías, donde se observó lo siguiente (ver figura 9).

Figura 5. Gráfica de aspectos considerados al momento de la compra de una pieza artesanal



Fuente: elaboración propia

La gran mayoría respondió que les importaba más la calidad por encima del precio y de las demás variables. La duda sobre estos resultados sería saber cuál es la idea que ellos tiene de una artesanía con calidad. Se tuvo la oportunidad de preguntarles directamente a muy pocos participantes que era calidad para ellos, y expresaron cuestiones como: colores llamativos, trazos bien definidos, acabados más finos, más estéticos, etc. Se podría decir a muy grandes rasgos que exigen mejores acabados en las piezas, pero se considera que es una variable que se tendría que estudiar a fondo.

El otro porcentaje mayor de participantes, expresaron que era otro su motivo de decisión, mencionaron que el factor decisivo era porque simplemente les tenía que gustar y otros más que el objeto tenía que ser bonito, original, diferente, con diseños artísticos, entre otras respuestas.

Con esta información expuesta se puede concluir de manera general que los visitantes que consumen artesanías, son clientes con un grado de exigencia mayor que buscan más variedad, para poder elegir lo que les parezca “más bonito”.

La otra variable estudiada fue la producción artesanal, derivada de las entrevistas a algunos artesanos se obtuvo información de la cual a continuación se presenta solo una parte.

- Nivel educativo: antes la producción artesanal estaba asociada principalmente a las comunidades rurales, como un medio complementario para obtener ingresos económicos a parte de la agricultura. Y no era una idea alejada de la realidad, era la situación que en muchas partes del país se vivía, inclusive en Metepec:

Trabajan en familia y el taller es su casa, siendo esta por lo general de adobe con piso de tierra y techo de teja, muchos son propietarios del lugar que habitan (...). El alfarero es casi siempre agricultor o ejidatario, elabora piezas después de sus labores en el campo o después de la cosecha (Huitron, 1967).

Al ser lugares con escasos servicios públicos, también la educación pública o privada era algo a lo que pocos tenían acceso. Y por lo mismo también era común que los artesanos tuvieran un nivel educativo básico en el mejor de los casos o prácticamente nulo.

Esa condición educativa cambio, la población en general tiene mayor acceso a servicios de educación, comparado con la que había en los años setentas en Metepec. De los entrevistados un 66% habían concluido su educación básica, un 18% la media superior y únicamente una persona tenía estudios universitarios y 5 personas no concluyeron ningún nivel. La incursión en oficios tradicionales de personas con un nivel de preparación mayor, es un hecho que rompe con esquemas anteriores, donde ser artesano era sinónimo de analfabetismo.

- Tiempo dedicado a la producción: anteriormente se consideraba que la producción de artesanías era una actividad complementaria a otra, que sólo se hacía en “ratos libres”, en Metepec se vivía esa situación antes de modernizarse. Pero hoy en día esa dinámica de trabajo artesanal cambió. Del total de los entrevistados el 70% se dedica de tiempo completo a la producción artesanal y sólo un 21% tienen otra actividad que nada tiene en común con la artesanía.

De los artesanos, únicamente el 45% se ha dedicado toda su vida a la producción, desde que iniciaron, jamás han abandonado el oficio. Es curioso, porque la mayoría, que es el 55% en algún momento de su trayectoria artesanal, abandonaron este oficio buscando oportunidades de trabajo en empresas o en otros oficios ajenos a la alfarería, pero al final volvieron a dedicarse a la producción artesanal. Algunos mencionan que regresaron por la flexibilidad de horarios, que como empleados no tuvieron. A otros, no les agrado tener jefes y obedecer órdenes; y pocos alegan que los sueldos eran bastante bajos comparados con la exigencia de tiempo y esfuerzo. Por diversos motivos o circunstancias, son artesanos que regresaron a su tradición.

- Cuidado al medio ambiente: Hasta el momento no existe algún certificado que avale que los procesos artesanales son sustentables o cuidan el medio ambiente. La mayoría de artesanos opinan que cuidan el medio ambiente al dejar de usar el horno de leña, o trabajar la técnica de libre de plomo.

- Diseños: desde la aparición del Árbol de la Vida en los cincuentas y anteriormente la elaboración de “juguetería”, a los entrevistados se les pidió hablar sobre la variación que han tenido en sus diseños a lo largo de su trayectoria artesanal.

El 89% de los participantes dijo que han aumentado el número de diseños. El 8% dijo que seguían siendo los mismos diseños y el 3% había disminuido su variedad.

Los motivos fueron los siguientes.

Los que aumentaron. En su mayoría fue gracias a sus clientes que les proporcionaban ideas diferentes y se combinaban con las de ellos y así surgían nuevos diseños. Otros mencionaron que por iniciativa propia, para salir de lo convencional, actualizarse o por innovar. Muy poco dijeron que fue la competencia la que los motivo a cambiar diseños y contados, que hicieron cambios para aumentar sus ventas.

Los que permanecen igual. Mencionan que el cliente les sigue solicitando lo mismo y no han tenido necesidad de hacer cambios y también, alguno menciona que sólo saca diseños nuevos para concurso.

Los que disminuyeron. Comentaron que no crea nuevos diseños porque son copiados por otros compañeros.

Se les preguntó también si había descontinuado diseños, a esto la gran mayoría, el 68% asintió el haberlo hecho. Porque el producto ya no se vendía en la mayoría de casos, por feos, o porque pasaban de moda; o también porque la competencia ya tenía ese diseño. Y otro motivo es que descontinúan diseños cuando son especiales, ya que son únicos y jamás los vuelven a hacer.

Al estudiar la producción artesanal no se debe dejar de lado la organización que existe dentro de cada taller artesanal. Los artesanos se distinguen por trabajar en familiar, en el cual establecen una dinámica de trabajo. Huitrón (1967) mencionaba que en la producción de alfarera de Metepec las mujeres y niñas eran las que se dedicaban más a la juguetería, o intervenían sólo en las últimas etapas de la loza que era en la decoración. A continuación, en base a la investigación, se explica cómo se organizan los talleres de ahora

- Dentro de sus talleres: en los talleres de ahora aún es común encontrarse con esa manera de trabajar, por actividades según el género. También hay artesanos que no solicitan el apoyo de los integrantes de su familia, salvo en casos especiales, y realizan el proceso completo desde la compra del barro hasta su exposición y venta.

Otro punto importante es la contratación de empleados. En su gran mayoría los talleres contratan de manera eventual empleados, un 31% de total trabaja solo, aunque compartan espacios con otros miembros de su familia que se dediquen igual a la elaboración de artesanías, cada uno tiene sus clientes y su estilo de trabajo. Es normal encontrar que cada uno de los integrantes del taller se especializa en un tipo de pieza en particular. En muy contados talleres se realiza un trabajo en equipo entre él artesano y el resto de la familia, que comúnmente suelen participar en alguna parte del proceso artesanal. Como se ejemplifica a continuación

Todos nos llevamos bien, pues la muestra ésta en que trabajamos todo en el mismo taller, eso muestra que hay unión, cada quien trabaja independiente de sus piezas, de su dinero, pero si nos ayudamos, en un alguna pieza no lo puede hacer una sola

persona, por ejemplo yo mañana quemó yo le digo a mi papa: ayúdame o a alguno de mis hermanos, ya el día que alguien de ellos quiera quemar ya yo le tengo que ayudar, ósea si hay ayuda, pero en su producto terminado cada quien es independiente, cuando nos ayudamos no nos pagamos ni uno, ni otro (Artesano de Metepec, comunicación personal, 16 de marzo del 2014).

Aproximadamente el 30% de los talleres contratan a trabajadores, algunos los tienen de manera permanente y otros ocasionalmente. Anteriormente también era así, con la diferencia que algunos llegaron a tener hasta quince trabajadores y actualmente unos tienen máximo dos.

- Entre talleres: cuando se trata de organizarse entre los distintos talleres del municipio, esa resulta ser una tarea compleja y casi imposible. Mencionan que existe envidia entre todos los compañeros artesanos. Levan en general, una relación cordial, pero no de unión.

La relación entre hermanos es muy buena, en la familia de tíos si hay un cierto egoísmo y envidia de uno a otro, si viene un cliente buscando a alguien, se lo lleva otro” (Artesano de Metepec, comunicación personal, 1 de abril del 2014).

También el plagio de diseños es un acto que fractura aún más las relaciones entre ellos, copian diseños y los venden a precios más bajos.

Este ha sido la misma situación que impera desde hace muchos años dentro del gremio artesanal. Se veía poca cooperación crear entre los artesanos y un ambiente

de desconfianza entre ellos. En programas o eventos a los que se les convoca existía poca participación, y en general mostraban desinterés para todo aquello que requiriera su unión.

Conclusiones y discusiones

Estos resultados entre otros, aunados a la información obtenida de gabinete ayudaron a obtener algunas conclusiones preliminares.

- En el mercado turístico a nivel nacional, las artesanías siguen siendo un producto demandado, y a decir de los datos, esta demanda ha aumentado. Si bien las artesanías de Metepec no perciben del turismo local sus principales ingresos económicos, si lo perciben del nacional. A pesar de que son intermediarios los que compran gran parte de sus producción, esos intermediarios si distribuyen los productos directamente en los destinos turísticos más importantes del país.
- Los gustos de los mercados turísticos son multifacéticos. Los artesanos opinan que la gran mayoría de turistas buscan piezas económicas, pero en contraste con lo que los visitantes expresaron, ellos se guían por la calidad de la pieza y no por el precio. Esto debe de obligar a que los artesanos estén más y mejor preparados para puedan cubrir esa deficiencia de dar mejores acabados a las piezas. Se debe buscar un medio a través del cual se interesen en participar en los cursos que imparte FONART o algún otro organismo.

- Los visitantes, que adquieren o no artesanías, no valoran el trabajo de los artesanos, sólo ven en la artesanía sus materiales, como pinturas, como los, acabados, pero no identifican la creatividad que tiene cada pieza artesanal. Quizá la forma en la que se está exponiendo la artesanía no es la adecuada o los canales para que se vislumbre como un bien, ante todo cultural.
- Los cambios que hacen los artesanos en sus productos los hacen, en su mayoría, en función de los gustos de los clientes y en función de los productos que ofrece la competencia local. Su tipo de trabajo se da mayor flexibilidad para adecuarse a los cambios que han pasado en sus tres dimensiones, la social, la cultural.
- El artesano no suele salir a buscar mercado en otros estados, siguen siendo personas que les gusta trabajar en la comodidad de su hogar, la mayoría se comunica con sus clientes a través de como llamadas telefónicas, y sólo muy pocos hacen uso de del internet como una herramienta de comunicación y promoción. Los que hacen uso de estos medios están en una interacción más constantes con sus compradores y sin salir de sus talleres, local o casa y les ha resultado.
- Las artesanías no cuentan con ningún certificado que avale que su producción es sustentable o que cuidan el medio ambiente, en general es una gran debilidad para todas, porque descuidan los espacios de donde se obtiene la materia prima, lo que provoca la escases y encarecimiento de ella.

Fuentes de consulta

De Kadt, E. (1992). Haciendo la alternativa sostenible: lecciones para el desarrollo del turismo. En Smith, V. L. & Eadington, W. R. (ed.). Turismo alternativo.

Frías, E. F. (2005). Cultura Popular y Artesanías. México: Ágata.

Mathieson, A. & Wall, G. (1990) [1986]. Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales. México: Trillas.

Medina, L. & Vilchis, J. (2012). Artesanías de Metepec: Quimeras del color. México: Homérica Editores.

México. Secretaria de Turismo Federal [SECTUR]. (2012). Boletín 184 Nombra SECTUR a Metepec como Pueblo Mágico. Recuperado de http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_184_

Turok, M. (1988). Como acercarse a la artesanía. México: Plaza y Valdéz.

**En busca de un modelo sistémico de inserción del turismo urbano a la ciudad digital,
inteligente y del conocimiento de la ciudad de México**

Leticia Elizabeth Romero-García

leticia.elizabeth.rg@gmail.com

55 27 75 06 50

Instituto Politécnico Nacional, México

Oswaldo Morales-Matamoros

oswmm2001@yahoo.com

55 34 91 22 01.

Instituto Politécnico Nacional, México

RESUMEN

En la actualidad, las sociedades se encuentran en una rápida dinámica evolutiva de cambios en sus estilos de vida por el uso intensivo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Estos cambios se encaminan hacia una era de lo no analógico, trayendo consigo el diseño de diferentes ciudades como: i. Las digitales, ii. Las inteligentes y, iii. Las digitales, inteligentes y del conocimiento (CDIC), siendo esta última la que se está realizando en la Ciudad de México. Al momento de estudiarla, es que se detectan deficiencias como la carencia de un concepto que la defina, así como la falta de incorporación de la actividad turística, cuando éste sector es una de las principales acciones a desarrollar por el Gobierno de la ciudad. Por tanto, el objetivo de esta investigación es contribuir a la articulación de los componentes del turismo urbano a la CDIC, bajo un enfoque de sistemas. Para ello, se usa al turismo urbano, por sus características singulares, como eje articulador. Así mismo, por los componentes sociales y tecnológicos que se presentan, es que se aplica la metodología de los sistemas

suaves de Checkland. Como resultado, los primeros hallazgos que llevan hacia la construcción del modelo sistémico son, el bosquejo del modelo de la CDIC, la detección de las situaciones de conflicto entre los componentes de la CDIC y los del turismo urbano y, la elaboración de una definición de CDIC.

Palabras clave: CDIC, Innovación en turismo urbano, Ciencia de Sistemas.

ABSTRACT

Nowadays, societies are in a fast evolutionary dynamic of changes of their lifestyle due to the intensive use of the Information and Communication Technology (ICT). These changes lead to a non-analog era, having as a result the design of different cities, such as: i) digital, ii) smart and, iii) digital, smart and knowledge (DSKC), being the last one developed in the Mexico City. At the time of studying this kind of city, some shortcomings are found, such as the absence of a concept of itself and the no incorporation of the tourist activity, when this sector is one of the main goals to develop for the current government of the city. Hence, the aim of this research is to contribute to the articulation of the components of urban tourism to the CDIC under a systems approach. Therefore, as a linking axis, the urban tourism is used because of its unique features and, due to the social and technological components involve in this research, the soft system methodology by Checkland is applied. As a result, the first findings to the systemic model are, the outline of the DSKC model, the conflicts identified among the components of the DSKC and the ones of the urban tourism and, the DSKC definition proposed.

Key words: DSKC, Innovation in urban tourism, System science.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Revisión de literatura

La Ciudad de México, es la tercer urbe más grandes y densa en población del mundo al tener 20.45 millones de habitantes en 2011 (ONU, 2012). Es el principal destino de inversión extranjera directa en el país, y se mantiene en los primeros lugares en competitividad (IMCO, 2011) y en el Ranking Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación (Dutrénit *et al.*, 2013). Para impulsar la economía de la urbe, la ciudad persigue, entre otras acciones: i. Convertirse en una Ciudad Digital, Inteligente y del Conocimiento; ii. Cambiar de vocación a una Ciudad Cosmopolita y Turística.

Sobre el primer aspecto, se tienen diferentes modelos de ciudades, desde las globales, que son articuladoras del flujo de dinero, conocimiento y tecnología (Sassen, 1991), como son Nueva York, Tokio y Londres; hasta las ciudades digitales e inteligentes, entre otras. No obstante, la Ciudad de México marca un modelo único, que es el de CDIC, pero a su vez carece de una concepción que la identifique como tal, por lo que para poderla comprender se hace una revisión de cada uno de sus componentes.

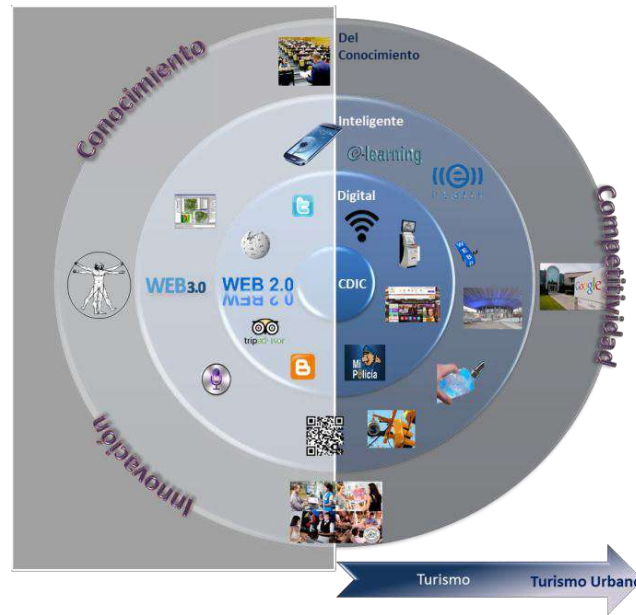


Figura 1. CiudadDigital, Inteligente y del Conocimiento (CDIC).

Fuente: Elaboración propia.

1.1.1. Ciudad Digital

De esta manera, bajo un visión de sistemas se propone la Figura 1 como resultado del entendimiento del modelo de una CDIC, donde principalmente se enmarca el conjunto de tres etapas evolutivas que van de adentro hacia afuera, de lo digital pasa a lo inteligente y se llega al conocimiento. Por consiguiente, se entiende a una ciudad digital como, “*el espacio en el que los propios ciudadanos (incluyéndose las empresas, instituciones, administración, etc.) han desarrollado la posibilidad de relacionarse entre sí y con el resto de la sociedad utilizando todo el potencial que ofrecen las tecnologías de la información y las comunicaciones*” (Barra, 2009:89). En este tipo de ciudades, se pueden realizar trámites administrativos, tener acceso a información gubernamental a través de portales de internet, y también ser partícipes de la opinión pública en temas relacionados con la urbe.

Desde el punto de vista de las acciones de un gobierno hacia la ciudadanía, parte de lo mencionado es lo que se ofrece. No obstante, desde el entorno (lado izquierdo de la Figura 1), las sociedades realizan los mismos y además otros procesos de interacción con ayuda de la Web 2.0, que es el medio electrónico en el que a través de plataformas se crean diversas redes sociales de acuerdo al ámbito de participación en que decidan los individuos desenvolverse para leer y escribir comentarios sobre sus experiencias en el área (Musser y O'Reilly, 2006). Es en esta parte, donde se da cavidad a los turistas por la interacción que tienen con los ofertantes de productos y servicios turísticos de un destino, y con otras personas que expresan su opinión sobre las experiencias que tuvieron al hacer uso de ello.

Con lo anterior, se tiene que las necesidades y requerimientos de los ciudadanos y de los turistas han ido cambiando y aumentando, por lo que las ciudades se han abierto más para tratar de atender sus demandas y cubrir sus necesidades para hacer más cómoda y accesible su estadía al considerar aspectos como seguridad, movilidad, salud, educación, entre otros, que llevan hacia las ciudades denominadas como inteligentes.

1.1.2. Ciudad Inteligente

Una ciudad inteligente, de acuerdo con Guerrero *et al.* (2010), es el lugar que cuenta con las condiciones para incrementar el bienestar de sus ciudadanos a través de una mejor calidad de vida, relaciones afectivas, la adecuada conexión que permite la interacción con otros países, la generación de empleos en la misma ciudad, la constante innovación, y la implementación y adecuación de infraestructura de las nuevas TIC o arquitectura del Internet de las Cosas o *IoT* (Sanchez *et al.*, 2014), de tal manera que se integren en los objetos y actividades diarias de los ciudadanos, para optimizar solución esas situaciones como

el tráfico, el encarecimiento del agua potable y oferta escolar. En cuanto al entorno, surge la Web 3.0, la cual se caracteriza por la inteligencia artificial o agentes personales e inteligentes, lo geoespacial, la accesibilidad desde dispositivos móviles, el lenguaje HTML 5, la evolución 3D y la realidad aumentada, siendo la última la que ha servido de apoyo recientemente para brindar información más atractiva a los turistas sobre los productos, servicios y espacios que se ofertan en un destino.

Sin embargo, pese a los cambios y avances a los que se someten las ciudades, es que hoy en día se vuelve a retomar la importancia del factor humano y se reconsidera a las TIC como elemento secundario, por lo que surge otro tipo de ciudad, la del conocimiento.

1.1.3. Ciudad del Conocimiento

Una ciudad del conocimiento, de acuerdo con el Tecnológico de Monterrey (2005) citado por González (2005:237), *“es una comunidad en la que el gobierno, la academia, las empresas y la sociedad civil organizada se transforman y colaboran entre sí para crear y compartir riqueza a través del conocimiento, la tecnología y la innovación, con el fin de potenciar el desarrollo sustentable y promover el mejoramiento social y económico, así como la calidad de vida de sus habitantes”*.

El conocimiento generado por las sociedades se da principalmente en las ciudades, por la infraestructura y equipamiento con la que cuentan, por ser nodos contenedores de información y redes de su difusión. Por tanto, una ciudad del conocimiento presenta mayores índices para ser competitiva en un ambiente global que otras, por la

infraestructura, como parques científicos, la retención del talento humano de la región, accesibilidad y movilidad, comunicación e interacción entre la gente, diversidad urbana, y el desarrollo de las actividades del sector terciario para generar mayor creatividad y por ende, innovar (Glaeser *et al.*, 1992; Mellander *et al.*, 2011).

La Ciudad de México como CDIC, ha trabajado en los aspectos digitales e inteligentes. En cuanto a lo primero, se tiene el libre acceso a internet desde puntos estratégicos, transparencia a las acciones del gobierno a través de portales del gobierno, y accesibilidad a realizar trámites administrativos. Con respecto a lo segundo, se cuenta con un *Living Lab*, para desarrollar proyectos que contribuyan a disminuir los problemas presentes de la ciudad, y a mejorar la forma de vida de los ciudadanos y estancia de los turistas. Más aparte, se han llevado a cabo eventos para disminuir la brecha digital que existe entre la población con el uso de las TIC. Todavía faltan acciones que lleven hacia una CDIC y encontrarse al alcance de ciudades como Shanghái y New Songdo en el ámbito de lo digital; en lo inteligente, Dubai y Santander; y en lo del conocimiento, el Silicon Valley, pero se está trabajando en ello.

1.1.4. Turismo Urbano

En cuanto al segundo aspecto, que es cambiar la vocación de la ciudad a una cosmopolita y turística, se debe a la importante presencia que tiene la entidad con respecto a la actividad, ya que es el que mayor aporta al PIB turístico nacional, con cerca de la sexta parte (INEGI, 2012). En la ciudad, el número de arribos ha incrementado después de la crisis mundial del 2009 y de la epidemia (AH₁ N₁) que se desencadenó en el país, en el mismo año; alcanzando en el 2013, 10,298,530 turistas nacionales y 2,378,687 internacionales, con un

gasto respectivo de 32,660.4 y 24,049.8 millones de pesos (SECTURDF, 2013), desarrollando actividades como el turismo cultural, gastronómico, religioso, LGBTTTI, de congresos y convenciones, social, deportivo, entre otros. Sin embargo, dentro de estatipología, no se contempla el turismo urbano.

El turismo urbano, surgió en el siglo III a.C., al realizarse visitas a construcciones religiosas, políticas, deportivas, de diversión y bélicas, regidas durante los imperios egipcios, babilónicos, griegos y romanos, en ciudades tales como Atenas y Damasco (Holloway, 1994). Durante el año de 1950, se desarrolló como una alternativa a la actividad masiva, pero el rápido posicionamiento del turismo cultural, causó el rezago del turismo urbano.

Hoy en día, por las características que presentan las nuevas sociedades, que son su rápida extensión en población, un mayor uso e interacción con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), mayor exigencia al visitar destinos, y demanda de nuevos y/o mejores productos y servicios, es que el turismo urbano resurge para posicionarse dentro de las ciudades, entendiendo por el turismo de ciudad o turismo urbano como, *“los viajes realizados a las ciudades o los lugares de gran densidad de población y que son viajes de corta duración (de uno a tres días), por lo que puede afirmarse que está estrechamente vinculado al mercado de las vacaciones cortas”* (UNWTO, 2012:8).

El turista urbano, puede ser cualquier persona, de acuerdo al Instituto Guatemalteco de Turismo (IGT, 2012), debido a que su consumo es diverso y amplio, por lo que se habla de turistas y de no-turistas, siendo los últimos quienes abarcan a visitantes y a ciudadanos. Se

caracterizan por visitar la ciudad para conocerla. Sin embargo, son más difíciles de atraer, retener, e inducir al regreso. Por lo tanto, es imprescindible la constante innovación de productos, servicios y espacios.

La literatura del turismo urbano, se describe de manera muy sucinta (UNWTO, 2012; Ashworth y Page, 2011; y Bramwell, 1998), sin embargo, se brindan las primeras bases para empezar a entender y a definir sus características, implicaciones e impactos.

En cuanto a sus características, se encuentran el tamaño de la urbe y la pluralidad. Con respecto al primero, este tipo de turismo se desarrolla principalmente en áreas con gran densidad de población, debido a que ayuda a la reurbanización del área en cuestiones de imagen. Referente a la pluralidad, el turista urbano puede realizar una amplia y variada gama de actividades turísticas dentro de una ciudad, por lo que se deben diseñar y desarrollar productos, servicios y espacios multifuncionales para cubrir expectativas y generar experiencias significativas a quienes hacen uso de ello.

Las implicaciones que trae consigo el turismo urbano son, la constante innovación, que es *“todo cambio que se basa en el conocimiento y que genera valor”* (COTEC, 2007), para poder brindar la pluralidad del producto, servicio y/o espacio; el mejoramiento e incremento de la infraestructura, para beneficiar a quienes visitan la ciudad y a quienes la habitan, haciéndola más accesible y cómoda. Esto causa un cierto nivel de inversión, pero resulta no ser oneroso cuando se tiene la participación de diferentes actores; captación de recursos, la participación sistémica del sector público, semi-público, voluntariados y

privado; aplicación y uso de las TIC, el turismo urbano se apoya de las tecnologías que las ciudades adoptan para la continua adaptación y/o inserción de nuevos espacios, productos y servicios turísticos, para incrementar el atractivo físico de la ciudad; generar experiencias significativas, debido a la mayor preparación y demanda de los turistas, es que hoy se vuelven más exigentes con lo que consumen y con sus experiencias, es por ello que al diseñar y diversificar la oferta se debe conocer a su segmento de mercado; y sentido de pertinencia, es que los ciudadanos se sientan orgullosamente identificados con el lugar donde residen para poder respetar su entorno, además, deben ser tomados en cuenta para la toma de decisiones sobre los cambios en su ciudad, y tener presente que también tienen derecho de disfrutar los atractivos de la ciudad.

Los impactos que tiene el turismo urbano sobre las ciudades son, la gentrificación, bienestar en los ciudadanos, ampliación de mercados, captación de mayores ingresos y la multifuncionalidad.

El turismo urbano, es un factor clave dentro de la planificación urbana, es decir, necesita de espacios para poder mejorarlos o crearlos visual y funcionalmente, por lo que se requiere de la gentrificación trabajada en paralelo con una adecuada planificación urbana. En caso de no ser así, se sujeta a condiciones de seguridad y espacios muy atractivos dentro del núcleo de la esfera, y a escenarios opuestos que acarrearán delincuencia, vandalismo, narcotráfico, es decir, vulnerabilidad fuera de la periferia. Al incrementarse el atractivo de una ciudad desarrollando productos y servicios que aumentan la calidad de las experiencias, se amplía la posibilidad de atraer mercados potenciales y retener a los reales, lo que se convierte en generar mayores flujos de derrama económica. En cuanto al bienestar de los ciudadanos,

esofrecercalidad ambiental, identidad cultural a los residentes a nivel nacional y mundial, y generar más empleos. Finalmente,la multifuncionalidad de las ciudades, se refiere a que éstas no deben de concentrar su economía a solo la actividad turística, debido a que es un sector que se desarrolla con base a la temporalidad,por tanto, deben de tomar en cuenta la posibilidad de ser las menores beneficiadas, además, implica el doble de esfuerzo e inversión para poder mantener la afluencia de turistas y el flujo económico, sobretodo en temporadas bajas. De esta manera, el turismo sólo debe de ser un apoyo en la ciudad para incrementar su economía.

El turismo urbano, es un sector importante para la gestión y desarrollo de las ciudades. Y las ciudades, como focos concentradores de poder y desarrollo, necesitan del turismo para incrementar su economía. Ambos aspectos, traen consigo nuevos cambios a los patrones del paisaje urbano para hacerlas competitivas, y recurrir a la innovación y tecnología para diferenciar sus servicios, productos y espacios de otros, y así poder atraer y retener los turistas urbanos, quienes a su vez también se encuentran en constante cambio y preparación.

1.2. Propósito

El actual Gobierno del Distrito Federal, tiene entre sus prioridades convertir a la Ciudad de México en digital, inteligente y del conocimiento, bajo el desarrollo tecnológico y de innovación, que sea capaz de interactuar con la ciudadanía y sus visitantes. Aunado a ello, se tiene la base de la Ley sobre el Desarrollo del Distrito Federal como Ciudad Digital y del Conocimiento, la cual expresa, entre otros aspectos, impulsar la investigación en materia de

TIC, con contenidos en educación, ciencia, cultura, recreación, que den respuesta a los retos de la ciudad y alienten el desarrollo económico y social.

La presente investigación, plantea la generación de un constructo, bajo un enfoque de sistémico, capaz de involucrar a todos los elementos y agentes del sistema, para poder realizar una propuesta de espacio, producto y de servicios, donde empresarios, profesionistas, turistas y no-turistas, autoridades, entre otros agentes involucrados del turismo urbano y de la CDIC, inviertan, vinculen e interactúen y se generen planteamientos paracoadyuvar a resolver los problemas de la ciudad y del país, generar experiencias significativas y diferenciadoras, innovar y ser competitivos.

1.3. Problemática

Los turistas están cambiando rápidamente sus gustos, necesidades y experiencias conforme lo marcan las nuevas tendencias, siendo una de ellas y considerada la más fuerte, el uso y aplicación de las tecnologías. Por lo que los distintos espacios, sobre todo las ciudades, que son nodos concentradores y generadores de riqueza, necesitan también adaptarse a las nuevas tendencias y demandas de las personas para encontrarse dentro de un ambiente de dinamismo e incorporarse dentro de una red de competitividad global, tal y como lo hacen Shanghái, Dubái, Silicón Valley, y se encuentran en proceso Chile y Monterrey.

Sin embargo, en el proyecto de CDIC de la Ciudad de México, la parte de turismo no está contemplada, y aún menos si se habla de turismo urbano. Por el otro lado, el sector turismo, no contempla a la CDIC para aprovechar la infraestructura y equipamiento que ésta puede

llegar a ofrecer. Es entonces que se requiere de una fuerte articulación entre los actores de cada área para vincularlos e interrelacionar ambas partes. Es así que, la presente investigación busca contribuir a generar una visión sistémica que contemple cada uno de los componentes del turismo urbano dentro de la CDIC de la Ciudad de México, y viceversa.

2. Desarrollo

2.1. Metodología

Ante tal situación, se pretende brindar una solución a través de la propuesta de modelo sistémico de inserción del turismo urbano en la CDIC de la Ciudad de México, con el apoyo de la Metodología de Sistemas Suaves, (Checkland, 1999).

En la Ciencia de Sistemas existen dos principales metodologías, las duras y las suaves. Wilson (1990), menciona que las primeras, se caracterizan por estudiar situaciones de interacción entre hombre y máquina, siendo el segundo aspecto en el que se enfoca la atención. En contraste, las suaves abarcan el primer aspecto, trayendo como resultado la Metodología de Sistemas Suaves. Dicha metodología, tiene sus orígenes en la aplicación de los sistemas duros a aspectos de tipo social. Se caracteriza por atender problemáticas con un alto componente social, en el que se desenvuelven y atienden situaciones de conflicto originadas por las relaciones humanas. No obstante, esta metodología también abarca elementos de los sistemas duros, por tanto, se tiene una visión más completa y enriquecida.

La Metodología de Sistemas Suaves de Checkland (1999), consiste en desarrollar, de manera flexible, siete etapas, de las cuales en este trabajo se presenta el desarrollo de las primeras dos. En la Figura 2, se esquematiza la metodología.

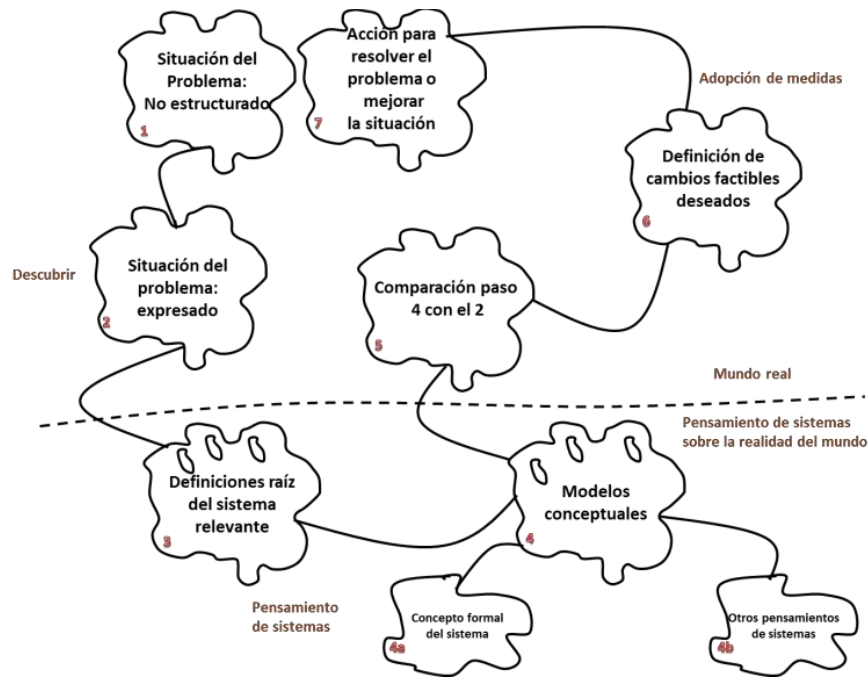


Figura 2. Metodología de Sistemas Suaves.

Fuente: Checkland, 1999.

La metodología de Checkland es una de las más completas por abarcar los sistemas socio-técnicos, es decir, tanto aspectos del ser humano como los tecnológicos, lo que hace del sistema enriquecerse por abarcar a los sistemas suaves como a los duros. Por tanto, para el estudio del turismo urbano en una CDIC, esta metodología es una de las más apropiadas.

2.2. Resultados Preliminares

Hasta el momento, se han desarrollado las dos primeras etapas de la metodología, i) la situación del problema no estructurado, y ii) la situación del problema expresado. Con

Sistema: Modelo sistémico de inserción del turismo urbano en la Ciudad Digital, Inteligente y del Conocimiento de la Ciudad de México.

Subsistemas (Elementos): Ciudad de México, Delegación Cuauhtémoc, Centro Histórico, Museos, Monumentos, Templos, Hoteles, Restaurantes, Módulos de información, Centros Comerciales, Turismo Urbano, Actividades culturales, Actividades de negocios, Actividades religiosas, Actividades deportivas, Actividades de salud, Actividades de compras, Actividades gastronómicas, Actividades de congresos y convenciones, Actividades de Naturaleza, Actividades de Eventos. TIC's, CDIC (Ciudad Digital, Inteligente y del Conocimiento), Turistas, No-turistas, Turismo Alternativo, Actividades para la población LGBTTTI, Actividades de Noche, Laboratorio para la ciudad.

Contexto (Agentes): Gobierno del DF, Secretaría de Turismo del DF, Secretaría de Cultura del DF, Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación, Secretaria de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, Fideicomiso Público "Ciudad Digital", Instituto del Deporte, Secretaría de Finanzas del DF, INAH, INBA, Secretaría de Seguridad Pública, Secretaría del Medio Ambiente, Secretaría de Transportes y Vialidad, Secretaría de Desarrollo Económico del DF, Secretaría de Educación del DF, Inversionistas (Telcel, Telmex). Fideicomiso del Centro Histórico de la ciudad de México. Fondo Mixto de Promoción Turística del DF, Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda.

Ambiente: Gobierno Federal, Secretaría de Turismo, Secretaría de Economía, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Organización Mundial de Turismo, Secretaría de Desarrollo Social.

En cuanto al contexto en el que está inmerso el modelo, se tiene:

El Contexto Espacial: El Centro Histórico de la Ciudad de México comprende 688 manzanas y abarca 9.1 kilómetros de 600 que conforma la metrópoli.

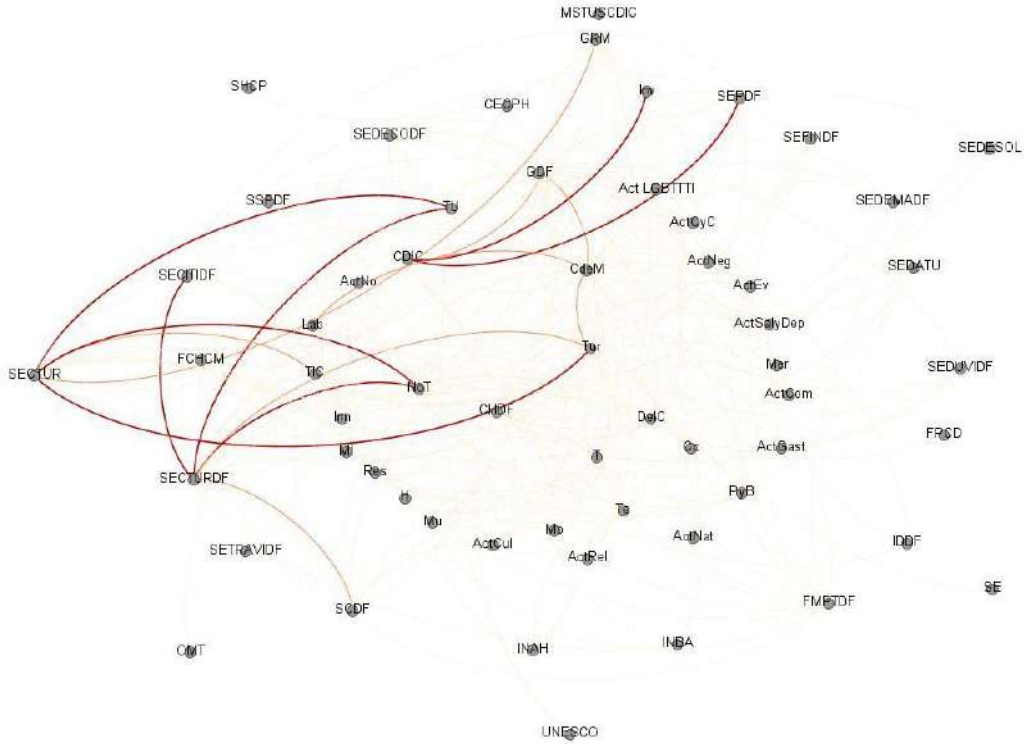
El Contexto Temporal: En 1325, la Ciudad de México fue fundada como asentamiento lacustre. En 1930, a través de varios decretos se protegió el Zócalo, calle Moneda, y otros importantes edificios históricos. En 1980, el Centro Histórico es declarado como “Zona de Monumentos Históricos”. En 1987, el Centro Histórico es declarado por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

El Contexto de Información-Cultural: La World Tourism Organization (UNWTO, 2012), presenta el Reporte Global en Turismo Urbano. En el 2012, el entonces Presidente de la República Mexicana, Calderón, junto con el Gobernador de Guadalajara, González, anuncian la creación de la Ciudad Creativa Digital, en Guadalajara, México. En el mismo año, en la Ciudad de México, el Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Ebrard, instituye el manejo y conformación de la ciudad digital. A principios del 2013, el actual Jefe de Gobierno y el Gobernador de Jalisco, Mancera y Sandoval, retoman los proyectos de sus ciudades correspondientes, para ser ejecutados. En caso particular, se menciona sobre la Ciudad de México como una Ciudad Digital, Inteligente y del Conocimiento.

2.2.2. Segunda Etapa: Situación del Problema Expresado

Para el desarrollo de la segunda etapa, que es el bosquejo del pictograma con la visión rica del sistema, donde se visualizan las relaciones entre los elementos, agentes y ambiente del sistema, se realiza con base a lo que expresan los mismos. Sin embargo, en un primer momento, se hace a través de la información documental para tener un primer acercamiento y un mayor fundamento de los vínculos. Lo que en un segundo momento permitirá tener de base para realizar los instrumentos necesarios, como guías de entrevistas, para corroborar o refutar la información con la que se cuenta y realimentarla. De esta manera, la información documental proviene de la normatividad existente, de portales de internet, y de otras fuentes como periódicos.

Cabe hacer mención que para hacer el pictograma, se utiliza la herramienta de Redes Sociales, que es “*un conjunto de nodos socialmente relevantes conectados por una o más relaciones*”(Marin y Wellman, 2011:11). Los nodos, son principalmente personas u organizaciones, es decir, miembros de la Red, pero también pueden ser cualquier otra unidad. Hanneman y Riddle (2011), señalan que su análisis destaca las interacciones entre los individuos y su contexto social.



○ **Vínculos Existentes**
 ○ **Vínculos existentes que representan situaciones de conflictos**
 ○ **Vínculos inexistentes y que representan situaciones de conflicto**

Figura 4. Red de Visión Rica.

Fuente: Elaboración Propia.

Detección de Situaciones de Conflictos. Una vez realizado el pictograma, se identifican las siguientes situaciones conflicto:

- 1.- La SECTUR y SECTURDF no perciben al turismo urbano dentro de la Ciudad de México
- 2.- Dentro de la concepción de turista por parte de la SECTURDF y SECTUR, no se encuentran los ciudadanos.
- 3.- El GDF carece de un documento que exprese el desarrollo de una CDIC en la Ciudad de México, sólo se cuenta con una versión de la gestión pasada (2006-2012) sobre la Ciudad Digital y del Conocimiento.
- 3.-El GDF no contempla al turismo, y mucho menos al turismo urbano dentro del proyecto de CDIC de la Ciudad México.
- 4.- Existen fuertes desvinculaciones entre la SECITIDF, SECTURDF y SECTUR. Tal es el caso, que la SECTUR ha modificado recientemente su estructura, a través del Fondo Sectorial para la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en turismo de CONACYT y SECTUR, para incorporar el Instituto de Competitividad Turística.
- 5.- La SECTURDF y SECTUR tienen una escasa implementación de las TIC. Solo la SECTUR ha puesto en marcha unos centros de información digital en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México y en sus oficinas centrales utilizando Realidad Aumentada para brindar informes de lugares turísticos. (Actualmente no se encuentra el del aeropuerto)
- 6.- La actividad turística de la Ciudad de México se encuentra en situación de estacionalidad los fines de semana, por lo que se buscan implementar estrategias para incrementar la ocupación hotelera.
- 7.- El GDF y la SECTURDF pretenden convertir la ciudad de México en Turística, dejando la actividad de Negocios que antes se tenía.

8.- La SEPDEF no se vincula con el proyecto de CDIC, cuando una de las partes medulares es la educación. Sin embargo, se han dotado de infraestructura y equipo tecnológico, como aulas digitales en escuelas de nivel primaria y secundaria.

9.- La SECTURDF y SCDF carecen de crear discursos atractivos y de calidad en contenido en los diferentes lugares turísticos de la ciudad.

2.3. Conclusiones y Recomendaciones

Para poder llegar a un primer acercamiento a los resultados parciales obtenidos para esta investigación, primeramente fue necesario poder comprender lo que es una CDIC debido a la inexistencia de un concepto de la misma. Como resultado, se tiene que una CDIC, es el espacio urbano estructurado por una sociedad organizada, la cual se desenvuelve en un medio digital donde las personas se interrelacionan con otras al hacer uso de los diferentes tipos de servicios, productos y espacios ofertados que contienen las nuevas TIC para crear soluciones innovadoras basadas en la generación de conocimiento; y que sirven para incrementar su bienestar, bajo una mejora sustentable y desarrollo económico.

En segundo lugar, el turismo urbano es una actividad turística poco reconocida y por ende resulta compleja entenderla, pero con base a los avances académicos logrados, se tiene que este tipo de turismo, por su naturaleza, es esencial a realizarse dentro de toda ciudad, sobre todo en las de gran densidad poblacional, porque contribuye a su reurbanización. Sumado a ello, se tiene al turista urbano, que abarca al turista y al no-turista como sujetos a realizar las actividades turísticas urbanas, situación que no se contempla dentro de otros tipos de turismo llevados a cabo dentro de una ciudad, como el cultural, debido a que su definición de turista es delimitada ya que no contempla a los ciudadanos.

El turismo urbano, se encuentra encaminado a ofrecer una oferta plural, constante y enriquecedora en atracción y contenido, lo que lo hace funcionar de manera paralela con las demandas existentes y cambiantes de los turistas y no turistas, por lo que la implementación de la infraestructura y equipamiento que requiere lo llevan a realizar una costosa inversión. No obstante, al momento de surgir nuevos modelos de ciudades como lo son el de Ciudades Digitales, Inteligentes y del Conocimiento, permite que las instalaciones, equipo y espacios que utiliza, se conviertan en elementos adecuados para el desarrollo del turismo urbano, de manera que no sea onerosa la inversión en el mismo, así también, es que se hace un ensamble perfecto, debido a que la ciudad se encuentra a la vanguardia, y con el desarrollo del sector turismo, entre otros, que hace que no se corra el riesgo de dirigirse a una ciudad turística.

Finalmente, la inserción del turismo urbano en una CDIC, bajo un enfoque de sistemas en el que todos sus elementos interactúen entre sí y con los agentes del contexto, permitirá que su variedad socio-técnica enriquezca al sistema creando ventajas competitivas que traigan consigo un conjunto de atributos de valor, siendo estos, generar experiencias significativas en turistas y no-turistas, captación de segmentos potenciales y retención de los reales, mayor talento humano y retención del mismo al aumentar la generación de empleos, una mayor derrama económica en el gasto de los turistas y no-turistas, y generación de innovación. Los agentes, como los gobiernos, las universidades, organizaciones y empresas privadas de manera en conjunta e inversores juegan un papel fundamental para la correcta planeación y manejo de la misma, siendo solo el sector público y privado quienes tengan mayor participación. Todo esto, para poder ser participe dentro de un mundo global y competitivo, que contribuya a generar experiencias significativas dentro de los espacios que ofrece la ciudad, de tal forma que se formen seres humanos innovadores capaces de brindar

soluciones innovadoras y competitivas para mejorar la forma de vida de ellos de la que los rodean.

3. Fuentes de Consulta

Ashworth, G. y Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32, 1-15. doi:10.1016/j.tourman.2010.02.002

Barra, R. W. (2009). La museología digital y el museo mexicano. *Alteridades*, 19, 87–101.

Bramwell, B. (1998). User satisfaction and product development in urban tourism. *Tourism management*, 19(1), 35-47. doi:10.1016/S0261-5177(97)00091-5

Checkland, P. (1999). *Systems Thinking, Systems Practice*. Wiley: London.

COTEC, Fundación para la Innovación Tecnológica. (2007). *La persona protagonista de la innovación*. Madrid.

DutrénitBielous, G., Zaragoza López, M.L., Saldívar Chávez, M.A., Solano Flores, E. y Zuñiga-Bello, P. (2013). *Ranking Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación*. Capacidades y oportunidades de los Sistemas Estatales de CTI. Ranking 2013. Foro Consultivo Científico y Tecnológico, A.C. México.

Glaeser, E.L., Kallal, H.D., Scheinkman, J.A. y Shleifer, A. (1992). Growth in cities. *Journal of Political Economy*, 100(6), 1126-1152.

- Guerrero López, B. C., Marina, J. A., Cirugeda, S., Ruíz, L. M., Caravaca, I., Zoido, A. y Sancho, F. (2010). La Ciudad Inteligente. Documentos del Foro. La Ciudad Humanizada. Signatura Ediciones, 249. Recuperado de <http://www.laciudadhumanizada.es/wp-content/uploads/2010/09/ciudad.pdf>
- Hanneman, R. A. y Mark, R. (2011). Concepts and Measurements for Basic Network Analysis. In Scott, J. y Carrington, P.J. (Eds.); *The SAGE Handbook of Social Network Analysis*. 331-369. London: SAGE.
- Holloway, J. C. (1994). *El negocio del turismo*. México: Diana.
- IGT. (2012). Perfil de Segmentos Turísticos, 1–24.
- IMCO. (2011). Índice de Competitividad Internacional 2011. “Más allá de los BRICS”. En <http://imco.org.mx/es/indices/>
- INEGI. (2012). *Sistema de Cuentas Nacionales de México*. Producto Interno Bruto por entidad federativa 2006-2010. Año base 2003. México : INEGI, c2012.
- Marin, A. y Wellman, B. (2011). Social Network analysis: An Introduction. In Scott, J. y Carrington, P.J. (Eds.); *The SAGE Handbook of Social Network Analysis*. 11-25. London: SAGE.
- Mellander, C., Florida, R. y Rnetfrow, J. (2011) The creative class, post-industrialism and the happiness of nations. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 1–13
doi:10.1093/cjres/rsr006

- Musser, J. y O'Reilly, T. (2006). *Web 2.0. Principles and Best Practices*, 1-94.
- ONU, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2012). World Urbanization Prospects: The 2011 Revision. *The 30 Largest Urban Agglomerations Ranked by Population Size at each point in time, 1950-2025*, CD-ROM Edition.
- Sanchez, L., Muñoz, L., Galache, J.A., Sotres, P., Santana, R.S., Gutierrez, V., Ramdhany, R., Gluhak, A., Krco, S., Theodoridis, E. y Pfisterer, D. (2014). SmartSantander: IoT experimentation over a smart city testbed. *Computer Networks*, 61, 217-238. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bjp.2013.12.020>
- Sassen, S. (1991). *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton University Press.
- SECTURDF. (2013). Actividad Turística de la Ciudad de México. Indicadores 2007 - 2013 Enero-Diciembre. Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico.
- Tecnológico de Monterrey (2005) citado por González (2005:237). *Hacia un Desarrollo basado en el Conocimiento*. México: Fondo Editorial Nuevo León e Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- UNWTO (2012). *Global Report on City Tourism-Cities 2012 Project*. 6, 4-53. Recuperado de http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am6_city_platma.pdf
- Wilson, B. (1990). *Systems: concepts, methodologies and applications*. Wiley: London.

Difusión del ex-convento de san francisco de asis de la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo, México

Mtra. Nancy testón franco

nteston@uaeh.edu.mx

Universidad autónoma del estado de hidalgo

Teléfono: 7172000 ext. 4121, 771 684 5604

Alumna. Amanda rivera escamilla

Universidad autónoma del estado de hidalgo

RESUMEN

Este proyecto de investigación se centra en la difusión del ex convento de San Francisco de Asís de Pachuca, acerca del conocimiento, interés y difusión que le dan a este lugar los locales, turistas y visitantes.

Se realizó una revisión de la literatura que era relevante para los puntos de investigación que fueron: turismo, turismo cultural, patrimonio cultural, difusión turística, entre otros. Cada uno de los temas fue expuesto de manera detallada, pero limitando la información únicamente con la relación directa con el tema de estudio.

Se aplicaron 3 entrevistas a expertos para conocer sus puntos de vista acerca del problema que planteamos y dos tipos de encuestas una para locales y otra para turistas, para de esta forma recaudar datos del perfil, intereses y motivos de cada uno de ellos.

Gracias a los análisis de los resultados pudimos interpretar la información necesaria para obtener resultados significativos ya que la actividad turística esta encausada a la oferta y la demanda y es necesario entender los efectos culturales de los residentes por ejemplo su

identidad, y de los visitantes o turistas los intereses, motivaciones y perfiles, para de esta manera comenzar a diseñar una campaña de difusión que cumpla con los requerimientos necesarios para atraer la atención de todos y atraer más turismo cultural.

PALABRAS CLAVE:

Ex convento de San Francisco, Pachuca de Soto, Hidalgo, Turismo Cultural

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad asociada al ocio, el descanso, así como al descubrimiento de nuevos lugares y al desarrollo de nuevas actividades.

Para la OMT el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas. (Organización Mundial del Turismo OMT, 1999)

De acuerdo a la UNESCO cultura es el total de rasgos distintivos espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Existen diversos tipos de turismo entre ellos el Turismo Cultural que se define como "Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" (CESTUR, 2002)

El Turismo Cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de nuestro país. La identidad de un pueblo es manifestación de su vitalidad, de su fuerza por ser y por hacer.

Los efectos que genera el tratamiento adecuado del turismo cultural, desde una perspectiva de mercados, trae como consecuencia, la satisfacción del cliente, la

conservación del patrimonio de uso turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos.

El Estado de Hidalgo tiene una historia muy amplia y generosa, por lo cual como hidalguenses deben sentirse orgullosos de mostrarlas y pasar el conocimiento de generación en generación sintiendo vivamente esta responsabilidad histórica que se tiene con nuestro patrimonio.

El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores e intelectuales, así como las obras anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas. De esta forma el patrimonio cultural tiene dos vías de manifestación: la material como edificaciones u objetos, y la inmaterial, como procesos, lenguas y técnicas, todo esto en conjunto hacen que un lugar sea único y muy valioso.

Por este mismo motivo existe una Ley Federal Sobre Monumentos Y Zonas Arqueológicas, Artísticas E Históricas cuyo objetivo es la investigación, protección, conservación, restauración y recuperación de los monumentos arqueológicos, artísticos e históricos y de las zonas de monumentos.

De acuerdo a esta misma ley:

Son monumentos arqueológicos los bienes muebles e inmuebles, producto de culturas anteriores al establecimiento de la hispánica en el territorio nacional, así como los restos humanos, de la flora y de la fauna, relacionados con esas culturas.

Son monumentos artísticos los bienes muebles e inmuebles que revistan valor estético relevante.

Son monumentos históricos los bienes vinculados con la historia de la nación, a partir del establecimiento de la cultura hispánica en el país.

Por lo tanto al Ex Convento de San Francisco de Asís de Pachuca, Hidalgo se le considera monumento histórico de estilo barroco tomando en cuenta las características con las que cuenta con una portada de ingreso, que se desarrolla en torno a un arco de medio punto flanqueado por pilastras o columnas, pareadas o sencillas; sobre el arco se desarrolla un nicho, una ventana o un relieve.

Tres son los impulsores del barroco en América: la Corona, la burguesía y los jesuitas como representantes de la Iglesia. Las ciudades mexicanas se poblaron con las muestras extraordinarias de este movimiento como catedrales, templos, palacios, capillas, ayuntamientos y casonas.

Después de la conquista de México en 1521, Hernán Cortes le solicitó al rey de España el envío de religiosos para el adoctrinamiento de los pueblos nativos. En ese sentido la orden de los franciscanos fue la primera que llegó al Nuevo Mundo, estaba dividida en dos familias, la de los observantes y la de los descalzos, también conocida como la de la Más Estricta Observancia. Los franciscanos no levantaron edificios suntuosos o llenos de derroche arquitectónico, debido a sus reglas, que eran la pobreza, la castidad y la obediencia. (Conaculta, 1999)

La ciudad de Pachuca, pese a su antigüedad, riqueza mineral y avanzada tecnología en procesos metalúrgicos que la convierten en uno de los distritos mineros más prodigiosos y destacados del país, se levanta el antiguo convento de San Francisco, albergue de los dieguinos, miembros de la única provincia de franciscanos descalzos fundada en México, que a su vez nació de una reforma de la orden mendicante de los frailes menores que se dio en España a mediados del siglo XVI. El edificio conventual, aun con su obligada austeridad

por regla franciscana de pobreza, fue sin duda la construcción colonial más importante de la actual capital del Estado de Hidalgo. (Vergara, 1995)

La capital hidalguense junto con Real del Monte- fue en la época colonial uno de los más ricos productores novohispanos de plata. De esta época, sin embargo, la ciudad conserva pocos ejemplares arquitectónicos como el convento franciscano edificado a finales del siglo XVI y modificado en el XVIII para cubrir las necesidades de los franciscanos del Colegio Apostólico de Propaganda Fide. La iglesia se transformó al añadirsele los cruceros, antesacristía y sacristía, una de las bellas de México por su peculiar planta octagonal, en cuyos muros subsisten los grandes lienzos que retratan diversos temas franciscanos.

En el año de 1732 se eligió al convento de Pachuca para fundar dentro de sus muros al Colegio Apostólico de Propaganda FIDE una importante institución evangélica colonial que permitió consolidar y homogenizar al virreinato de la Nueva España.

En 1771 el Colegio consiguió la autonomía de la Provincia de San Diego y fue entonces cuando alcanzó su mayor esplendor pues los misioneros formados en Pachuca evangelizaron regiones tan lejanas como el Nuevo Reino de León y la Nueva Santander (hoy estados de Nuevo León y Tamaulipas). (Alvaro, Hay un lugar..., 2008)

En este mismo año fue nombrado Síndico y patrono Perpetuo del Convento y Colegio al Conde de Regla Pedro Romero de Terreros quien patrocinó las ampliaciones del edificio. (Conaculta, 1999)

En 1828, al efectuarse la expulsación de los españoles del país, el colegio perdió a trece de sus religiosos.

Al final de la invasión norteamericana, el colegio de Pachuca fue ocupado por el régimen del coronel Withers. Más adelante, el 26 de mayo de 1860, durante la Guerra de

Reforma, las tropas liberales al mando del General Antonio Carbajal, se posesionaron del Colegio y provocaron una exclaustación temporal de los religiosos, llevándose prisionero al guardián Fray de Jesús Escárcega, en la acción se saqueó archivo y biblioteca perdiéndose importantes documentos y objetos relacionados al convento-Colegio y la desaparición física de algunas de sus dependencias y terrenos (Vergara, 1995).

Durante la Reforma promovida por el presidente Juárez y su gabinete liberal y, particularmente, por la Ley de Desamortización de Bienes Eclesiásticos, los religiosos fueron expulsados del convento y sus dependencias fueron fraccionadas. En sus muros se estableció la Escuela Práctica de Minas, un cuartel militar, la cárcel municipal, y el hospital de la ciudad entre otros. (Alvaro, Los frailes descalzos de Pachuca su convento y colegio, 2010)

ARQUITECTURA

La iglesia del convento de San Francisco en Pachuca y el altar barroco estípite de su capilla doméstica y en su interior se conserva vestigios de la obra del siglo XVI, en la bóveda con nervaduras.

Su interesante fachada resuelta con tres cuerpos, está ornamentada fundamentalmente con profundas molduras y cornisamentos. Destacan sobre todo las tres ventanas del segundo cuerpo con su trazo mixtilíneo. (Periódico Milenio, 1999)

En el interior del edificio que fuera colegio, a espaldas del presbiterio de la iglesia, se construyó una capilla doméstica. Es un pequeño recinto con retablo de pilastras estípite en cuyo centro se halla un deteriorado lienzo con la Virgen de la Luz. El retablo presenta los rasgos formales propios de los trabajos iniciados en el periodo del barroco estípite. Tiene cinco esculturas exentas talladas en madera y estofadas: una de la Purísima

Concepción, cuatro santos franciscanos y una de san José con el Niño Jesús que sobresale por la calidad de su talla y por el magnífico trabajo estofado (Cecultah, 2007).

En la nave de la iglesia se encuentra una reliquia autentica de Santa Columba que fue donada por Doña María Micaela Romero de Terreros, hija del conde y heredera del patronazgo (Conaculta, 1999).

En la antesacristía y la sacristía, conserva un bello juego de lavamanos realizados en piedra tallada, uno de ellos con bellas tarjas de azulejo de estilo Talavera, de Puebla. El claustro anexo se concluyó en 1604 y tuvo varios usos que lo arruinaron en gran parte, aunque hoy se encuentra remodelado y es sede del Centro Cultural Hidalgo.

El Museo de sitio de San Francisco de Pachuca, “Arte e Historia, un Enfoque en el Tiempo” fue inaugurado el 26 de septiembre de 2008. Cuenta con unas cincuenta piezas desde documentos, mapas, fotografías, escultura y pintura que hacen referencia a la vida conventual, colegial y misional de los Franciscanos Descalzos de Pachuca. (Vergara, 1995)

FERIA

El inicio del festejo, tiene sus orígenes en el año 1595, cuando la orden de los franciscanos, (frailes pobres y cercanos a los pobres) comenzó con la evangelización en Pachuca.

Es el Conde de Regla, Pedro Romero de Terreros, quien aporta económicamente para la construcción del Convento, al finalizar, entrega las llaves a los frailes dedicado a San Francisco de Asís para de esta manera realizar las llamadas “promociones”, que incluían venta de alimentos típicos, artículos para el hogar, entre otros; así hasta nuestros días, en que familias completas disfrutaban de la tradición.

Es en el siglo XVI que nace la feria el 4 de octubre, día dedicado al Santo Pobre de Asís, de quien fuera muy devoto el Conde de Regla. (Periódico Milenio, 1999).

El ex convento de San Francisco de Asís de Pachuca, Hidalgo es la construcción virreinal más importante de la ciudad (Álvaro, Los frailes descalzos de Pachuca su convento y colegio, 2010), sin embargo no se encuentra contemplada dentro de los atractivos turísticos del municipio en el Programa Municipal de Turismo de Pachuca de Soto, Hidalgo.

Actualmente tiene muy poca difusión , los pobladores del municipio de Pachuca desconocen la extensión del lugar, su historia y su importancia, por consiguiente no es visitado ni tampoco se le da el valor que merece siendo que aloja mucha historia en sus muros y debería ser reconocido, también cuenta con un museo que recibe el nombre de museo de sitio San Francisco en el cuál se encuentran pinturas y fotografías de la orden que habitaba aquí, mismo que no es conocido y los que llegan a visitarlo es por casualidad, ya que ignoran su semblanza.

JUSTIFICACIÓN

La difusión del Ex Convento de San Francisco de Asís de Pachuca Hidalgo, es importante ya que le proporcionará a la población sentido de identidad, ayudara a despertar el interés de personas para que visiten Pachuca por sus edificios históricos fomentando el Turismo Cultural, al mismo tiempo, contribuirá directa e indirectamente a la economía ya que los turistas y visitantes se verán en la necesidad de cubrir necesidades básicas, orillándolos a hacer uso de la infraestructura de la ciudad

El planteamiento de la investigación comenzó al determinar que el edificio ya antes mencionado no se encuentra entre los principales atractivos de la ciudad debido a que muchos habitantes del lugar, visitantes y turistas ignoran su existencia e importancia. Por tal motivo lo que busca hacer con esta investigación es obtener información para saber de

qué manera podemos captar a este mercado o de alguna manera conocer si el lugar podría tener un mercado potencial

OBJETIVO

Promover el turismo cultural en el ex convento de San Francisco de Asís entre los turistas como entre los habitantes de la ciudad, destacando la importancia histórica de este lugar.

METODOLOGÍA

Esta investigación se realiza en el lugar de los hechos y tiene un enfoque mixto, ya que los datos que recolectamos, analizamos y vinculamos son cualitativos y cuantitativos, buscando combinarlas para de esta forma enriquecer y fortalecer la indagación.

Inicialmente lo que se pretendía era partir de un universo conocido que partiría desde cuantas personas visitan el estado de Hidalgo, para posteriormente reducirlo ese número, tomando en cuenta los individuos que visitan Pachuca para después con ese último dato minimizarlo a las personas que realizan Turismo Cultural en Pachuca y finalmente conocer de este número cuantos visitan sitios y/o monumentos históricos

Pero al buscar un universo conocido no se encontraron estos datos, ya que en la SECTUR del Estado de Hidalgo no se lleva este registro, sin embargo en la página de INEGI hay un registro comparativo del número de visitantes a sitios históricos administrados por el INAH de cada uno los estados de la República Mexicana

Por este motivo para calcular el tamaño de la muestra utilizamos la fórmula tentativa por que no conocemos nuestra población.

A continuación se presenta el procedimiento de la fórmula aplicada.

$$no = (Z/E)^2 * p * q$$

$$no = (1.96/0.05)^2 * 0.95 * 0.05$$

$$no = 72.9904$$

$$no = 73$$

Donde: Z = valor estandarizado

E = error máximo

p = individuos que presentan las mismas características

q = individuos que no cuentan con las mismas características

De las 73 personas de la muestra 35 son locales y 38 visitantes debido a que los locales son un medio de difusión de la cultura dominante y el mercado a captar son visitantes y turistas es mayor el número de visitantes o turistas encuestados.

Los instrumentos de medición utilizados son los siguientes:

La observación: se hace un análisis de la situación, asimismo nos servirá para observar comportamientos de los visitantes, turistas y locales.

La entrevista: con esta se busca corroborar lo observado, conocer la opinión de los expertos. Las entrevistas fueron semi dirigidas ya que se tenían preguntas formuladas listas para aplicarse sin embargo si se cree conveniente plantear alguna pregunta en base a alguna respuesta que nos diera el entrevistador, se le hará y también se le tomara para el análisis de los resultados.

La encuesta: se formularon dos encuestas una para los visitantes y turistas ya que estos establecen una relación con el residente y no tienen la mismas características que alguien que vive en el lugar y otra para los locales para que con la información obtenida acerca de todos los perfiles para que con esto encontremos lo común entre los perfiles y de esta forma podamos difundir esta construcción, con la finalidad de que este edificio sea más visitado, se le del valor que merece y promueva el turismo cultural contribuyendo indirectamente a la economía de la ciudad.

RESULTADOS

Se analizaron cada una de las respuestas obtenidas de los encuestados, tanto foráneos como locales, con la finalidad de que pudiéramos conocer los intereses, motivaciones y perfiles de visitantes, turistas y locales, y de esta manera cuando las autoridades convenientes conozcan el potencial turístico del convento puedan diseñar una campaña publicitaria que cumpla con los requerimientos necesarios para atraer la atención de todos y atraer más turismo cultural hacia el municipio de Pachuca, Hgo. México.

ANEXOS

A continuación se muestran los resultados más relevantes que se obtuvieron en la encuesta para los habitantes de la ciudad.

De 35 personas locales encuestadas, 34 opinan que si les gusta visitar sitios históricos, por lo cual podemos decir que a los pachuqueños les gusta visitar sitios históricos. (ver Figura1)



Figura 5

Ese 97% es al que nos interesa captar, por lo cual solo tomamos en cuenta a los que respondieron si a la pregunta anterior y el mayor número de personas prefieren visitar sitios históricos (Ver Figura 2) y porque les interesa su nivel cultural, ya que su mayor motivación es porque el edificio histórico es un atractivo histórico y cultural (ver Figura 3)



Figura 6



Figura 7

Gran parte de los encuestados (28) consideran que tiene una gran construcción y esta bien conservada, y unos pocos que no es conocido ni bien cuidado no contestaron la pregunta, por lo cual debemos lograr que es 20% cambie de opinión acerca del lugar, tomando en cuenta el mejorar su opinión. (ver Figura 4)

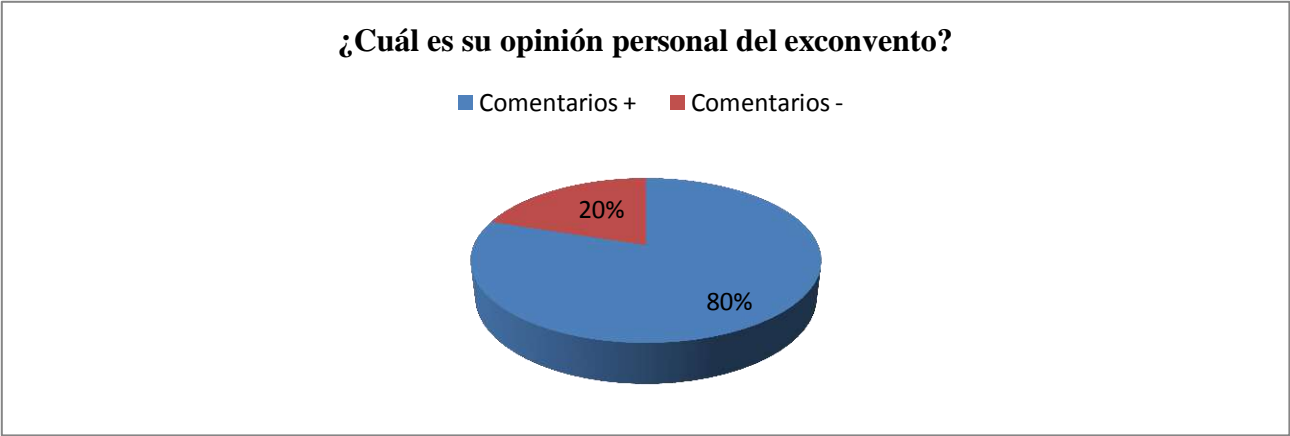


Figura 8

Finalmente el 100% considera que si conocieran el edificio más a fondo se crearía ese sentido de identidad con la construcción virreinal, que tanta falta le hace a los pachuqueños.

Y dieron opiniones muy variadas pero las que tuvieron mayor presencia fue recorrido, visitas guiadas y difusión en escuelas, esto podría convertirse en las alternativas para resolver el problema. (ver Figura 5)



Figura 9

Por otra parte analizando la encuesta para visitantes o turistas no dieron características muy relevantes acerca del perfil de los mismos, 27 visitan Pachuca por su trabajan o por que estudian en la ciudad, 7 por motivos personales y/o familiares y el resto por turismo ya que les parece que tiene lugares muy culturales, debemos tratar de captar turistas y visitantes por motivos culturales (ver Figura 6)

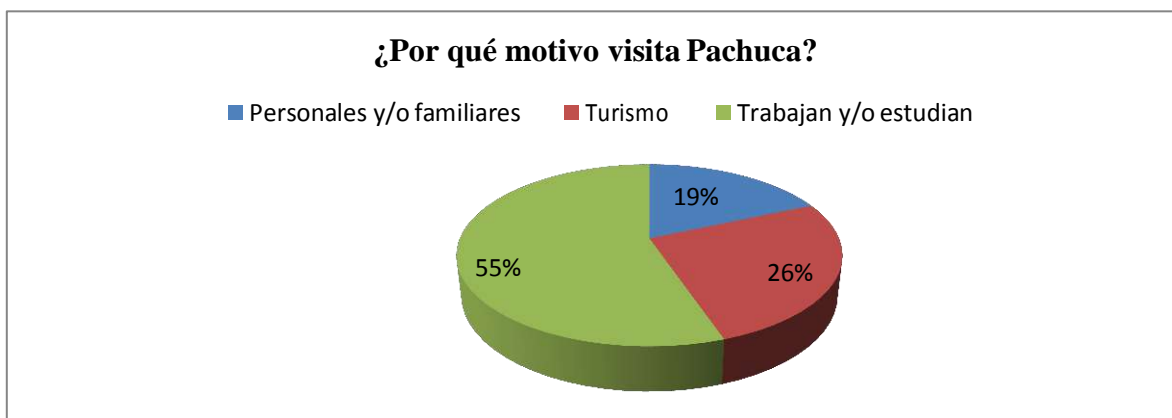


Figura 10

De igual manera con esta última encuesta se buscaba obtener las características de los visitantes, aunque la mayoría de los encuestados dejó en blanco esta parte de la encuesta por seguridad a continuación se mostrará la poca información recaudada. (ver Figura 7)

Persona	Procedencia	Sexo	Nivel de estudios	Edad
1	México	Femenino	Licenciatura	27
2	Actopan	Femenino	Prepa	17
3	Jacala	Femenino	Prepa	18
4		Masculino	Prepa	17

5	Zacualtipán	Femenino	Prepa	18
6	Ajacuba	Femenino	Prepa	17
7	Tizayuca	Femenino	Prepa	17
8				
9	Molango	Femenino	Licenciatura	33
10	Molango	Femenino	Licenciatura	28
11	Apan	Femenino	Técnico	34
12	DF	Femenino	Licenciatura	40
13	DF	Masculino	Técnico	45
14	Tulancingo	Femenino	Licenciatura	21
15	México	Masculino	Licenciatura	25
16	Molango	Femenino	Licenciatura	21
17	Tizayuca	Femenino	Licenciatura	21
18	Atlacomulco	Femenino	Secundaria	26
19	Atlacomulco	Femenino	Secundaria	15
20	Huejutla	Masculino	Licenciatura	21
21	Tulancingo			
22	DF	Femenino		
23	Tizayuca	Masculino	Prepa	22
24	España	Masculino	Licenciatura	43
25	Real del Monte	Masculino	Prepa	17
26	Tizayuca	Femenino	Prepa	18
27	Puebla	Femenino	Prepa	25

28	DF	Femenino		
29	Tulancingo			
30				
31	Atacomulco	Femenino	Secundaria	30
32	Querétaro	Masculino	Licenciatura	25
33	México	Masculino	Licenciatura	26
34	México	Femenino	Licenciatura	26
35	Tulancingo	Masculino	Licenciatura	22
36	Querétaro	Masculino	Licenciatura	23
37	Apan	Masculino	Licenciatura	25
38	Actopan	Femenino	Licenciatura	27

Figura 7

Con estos datos podemos definir que nuestro mercado meta son estudiantes y profesionistas en su mayoría del sexo femenino, asimismo toda la gente interesada en conocer su cultura, también debemos enfocarnos en mercados internacionales y competir en mercados nacionales no solo con los colindantes del estado. (ver Figura 8)

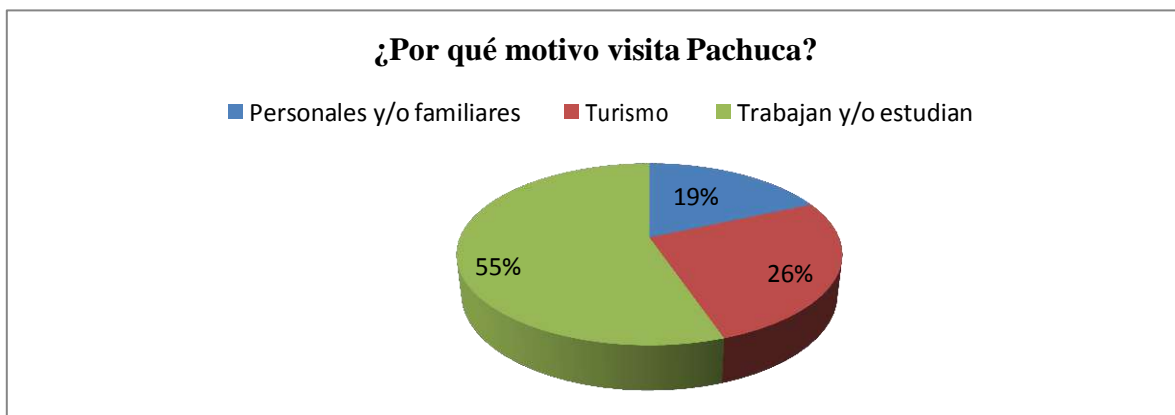


Figura 8

Por otra parte de los 38 encuestados, solo una persona se enteró por radio, 7 por el periódico y al resto se lo recomendaron, por lo cual es mejor la publicidad de boca en boca, por lo cual debemos lograr una buena impresión en los visitantes para que nos sigan recomendando. (ver Figura 9)



Figura 9

Tomando en cuenta la Figura 10 se deberían ofrecer paquetes para visitantes para tres personas. (Ver Figura 10) y dado que las personas ya habían visitado el edificio con anterioridad estos da una fortaleza, ya que se pueden crear estrategias de fidelidad con los visitantes (ver Figura 11)

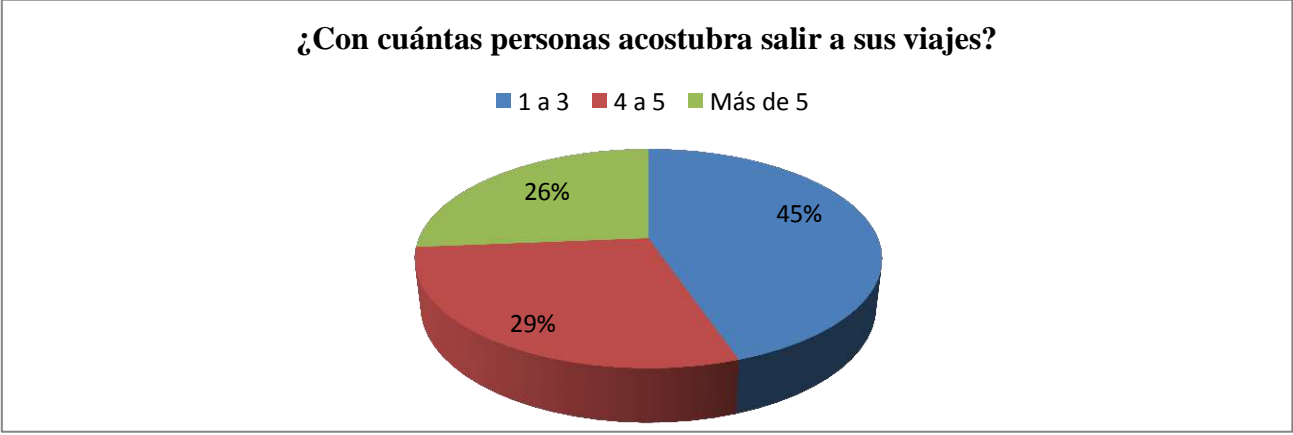


Figura 10



Figura 11

CONCLUSIONES

En esta primera fase se concluye que a la mayoría de los locales si le interesa aprender sobre su historia y su cultura y si se crean maneras innovadoras de atraer su atención al edificio, más pachuqueños lo visitarían y cuidarían.

Siempre se ha dicho que el futuro son los niños y creo que se debe partir de ahí, inculcar ese interés hacia el pasado y la cultura, promoviendo viajes escolares a lugares históricos como este edificio, y en el particular caso del estado de Hidalgo y del municipio de Pachuca las excursiones de primarias y secundarias deberían ser primero dentro del mismo estado y después en otros estados.

También sería muy bueno implementar recorridos con guías disfrazados de franciscanos que nos narren la historia y una que otra leyenda, reviviendo el pasado.

En cuanto a los visitantes se tiene una ventaja que es contar con galerías de arte y exposiciones, museos dentro de un edificio histórico y tratar de captarlos mediante la publicidad interactiva o de boca en boca y creando paquetes de visita al ex convento para tres personas y escuchando las opiniones de quienes lo visitan.

También algo muy importante es que se puede definir un mercado meta formado por estudiantes y profesionistas en su mayoría del sexo femenino, asimismo toda la gente interesada en conocer su cultura, también se deberían enfocar en mercados internacionales y competir en mercados nacionales no solo con los colindantes del estado.

BIBLIOGRAFÍA

- (1999). *Periódico Milenio*,
pág.
<http://hidalgo.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/97092bcb0fa399b4c2ecd3c4bf1a7dab>.
- Conaculta*. (1999). Recuperado el 12 de OCTUBRE de 2013, de Historia del convento:
www.centrohidalgo.inah.gob.mx/images/stories/contenido/sitios/sanfrancisco/sanfranciscoII.png
- Organización Mundial del Turismo OMT*. (Julio de 1999). Recuperado el 2013 de OCTUBRE de 16, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Cecultah*. (2007). Recuperado el 2013 de OCTUBRE de 10, de http://cecultah.hidalgo.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=1544&Itemid=104
- Alvaro, A. (Septiembre de 2008). *Hay un lugar..* Recuperado el 2013 de OCTUBRE de 10, de <http://alvavi.blogspot.mx/2008/09/san-francisco-arte-e-historia.html>
- Alvaro, A. (2010). *Los frailes descalzos de Pachuca su convento y colegio*. MEXICO: CONSEJO ESTATAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES.
- Carlos, P. A. (2008). *Turismo y patrimonio industrial. Un análisis desde la perspectiva territorial*. España: Síntesis.
- CESTUR, S. (2002). *ESTUDIO ESTRATEGIO DE LA VIABILIDAD DE TURISMO CULTURAL*. MEXICO.

INEGI. (s.f.). Recuperado el 16 de ABRIL de 2014, de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/aepef/2012/Aepef2012.pdf

Intranet Hidalgo. (s.f.). Recuperado el 2013 de 10 de 11, de Pachuca de Soto: <http://intranet.e-hidalgo.gob.mx/enciclomuni/municipios/13048a.htm>

Intranet Hidalgo.Gob. (s.f.). Recuperado el 17 de ABRIL de 2014, de http://intranet.e-hidalgo.gob.mx/NormatecaE/Archivos/Programa_DesarrolloTur.pdf

José Ernesto, B. M. (2003). *El derecho del patrimonio historico-artistico en México.* México, DF.: Prrua.

Miguel Ángel, A. (1990). *Promoción turística un enfoque metodológico.* México: Trillas.

Sergio, P. V. (2013). *Metodología en el Turismo.* México: Trillas.

Vergara, J. (1995). *El convento y el colegio de San Francisco de Pachuca.* MEXICO: Consejo Estatal para la Cultura y las Artes.

Capítulo V

Mercadotecnia Estratégica

Mercadotecnia Estratégica

Nuevas tendencias de mercado y uso de tecnologías, en la gestión de categorías en establecimientos de retail

Richard Orlando Buitrago Reyes

ECCI Escuela Colombiana de Carreras Industriales

RESUMEN

Este artículo presenta los logros de la investigación establecida para superficies de retail, en Colombia desarrollada a través de 4 Fases de investigación; Una primera fase donde se evidencia la introducción de cadenas de Retail en el mundo, América latina y Colombia, una segunda fase donde se evidencia la evolución, y la proporción en nuestro mercado, una tercera fase que es la actual donde se evidencia la tendencia de nuestro mercado en retail, el uso de nuevas tecnologías, las estructuras organizacionales, y cuestionamientos como: ¿qué procesos de modernización se han generados en nuestros mercados, modelos de inventarios en el retail, nuevas tecnologías aplicadas, estrategias de competitividad y comunicación a raíz de esta incursión? Y una cuarta fase donde se construirá un manual o cartilla practica que le permita en forma didáctica a nuestro empresario capacitarse frente a estas nuevas incursiones, contextos y tecnologías. En este contexto de inversión de las nuevas cadenas de retail con incursión en Colombia, se ha generado nuevo modelos internacionales y globalizados, dándose el primero por el intercambio y el segundo por el pensamiento. Los cuestionamientos plantearon la necesidad de investigar la historia de la incursión del retail a Colombia, América Latina y el mundo, los procedimientos, las estrategias de gestión, y verificar como se aplican las nuevas tendencias de mercadotecnia y de tecnologías en inventarios, logística de rotación, layout, estrategias comerciales en establecimientos de retail. El proceso metodológicos, la base de

la información se contextualizo con estudiosos internacionales del tema como Deloitte, documentos del Global Powers of Retailing, American Latina Retail, textos especializados en investigación de operaciones, inventarios, gestión de categorías, instrumentos de aplicación a nuestro empresarios, las cadenas internacionales y documentos de resultado expuestos por Universidades nacionales e internacionales, Fenalco, Fe desarrollo, la cámara de comercio y ACOPI.

Palabras Claves: Gestión de Categorías, Retail, Góndolas, Diseño de Espacios, Merchandising, uso de nuevas tecnologías.

INTRODUCCIÓN

Para darles respuesta a los interrogantes propuestos, desde el grupo Gicea el autor se propuso contextualizar el tema de retail en el mundo, en América Latina y observar con detenimiento como ha sido la incursión y los modelos de inversión de las grandes cadenas deretail en nuestro país. Con el apoyo del grupo GICEA y sus semilleros la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la ECCI, y la Línea GOPI “Gestión Organizacional Productividad e Innovación” se acogió la temática a través de los programas de Mercadeo y Publicidad y Comercio Exterior en la sublineas Mercadotecnia aplicada, Gestión de Categorías, Retail y Logística, se abordó el tema a lo largo de cuatro fases de investigación, teniendo resultados concretos en la primera y segunda y este momento un desarrollo de la tercera fase.

Según la Cepal, en su documento de desarrollo sostenible e instrumentos y estrategias de la gestión urbana, la Globalización de la economía ha permitido que la entrada y salida de nuevos negocios de retail en los países sea constante, los debates, foros

y discusiones a lo largo de este tema se han dado desde Europa hasta Estados Unidos y América Latina lo mismo ha sucedido con la comunicación, los sistemas de redes y estructuración de espacios Mastrini G, Bolaño C(1999), las decisiones de inversión de los países desarrollados en los países en vía de desarrollo están a la orden del día, los proceso de intercambio, innovación y desarrollo según el modelo de I + D + i “Innovación desarrollo e investigación” del manual de frascati pueden incrementar la productividad en la economías del mundo, Sais Álvarez J (2004 Pág. 207),América Latina hace parte de dicho concierto internacional, esto ha enfrentado a nuestros empresarios a nuevos paradigmas de crecimiento e intercambio mundial. Se debe prever que el Manual de Frascatino solo es tomado como referencia, sino que gracias a iniciativas de OCDE, de UNESCO, y de la Unión Europea y otras organizaciones regionales, es tomado como norma para encuestas de I+D + i en todos los países del mundo.

Colombia no ha sido la excepción al proceso de expansión de nuevos negocios de retail en el concierto latinoamericano, (Rico R, 2007),ya desde el año 1998 y debido a las decisiones de entrada para inversionistas extranjeros venidos de Europa y del sur del continente, caso Carrefour, se superaron las expectativas para Colombia, las cadenas quieren tener cada vez más y mayor control en la participación del mercado nacional de grandes superficies con:

- a) Inversiones de nuevas cadenas de retail extranjeras en nuestros negocios a través de estructuras organizacionales, fusiones, integraciones y diversificaciones.
- b) Aportes y usos de nuevas tecnologías que soportan la comunicación, los cálculos matemáticos y los procesos estratégicos.
- c) Excelentes acabados de la góndola, con diseños de interesantes y modernos,

layout en las exhibiciones, show room y nuevos escenarios.

- d) Modernas decisiones de gestión por categorías y merchandising visual.
- e) Cálculos de frecuencias con nuevas tecnologías que minimizan el riesgo en los pronósticos, la rotación y las cantidades en pedidos e inventarios.
- f) Uso de góndolas y lineal es con diseño y acabados en nuevos materiales, más cómodos y visuales de acuerdo a la percepción de los consumidores.
- g) Pago por contratación de espacios, facetoface, cabeceras de góndola y nuevas secciones de trabajo por departamentos.

Estas exigencias de nuevos y renovados negocios están forzando a nuestros empresarios a investigar a capacitarse y modernizarse basados en los esquemas actuales de desarrollo tecnológico, gerencial y de gestión.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La investigación pretendió contextualizar a través de un estado del arte exhaustivo los procesos de incursión de cadenas de retail globalizadas en Colombia, su contexto a través del Global ¿comportamiento y evolución del retail en el contexto mundial, latino y colombiano, describiéndolo a la luz de lo identificado en nuestros negocios? ¿Uso de nuevas tecnologías para el cálculo de Inventarios y radiofrecuencias, gestión, categorías, medida de espacios, merchandising activo y visual y estrategias de marketing en el punto?.

Colombia se ha convertido en los últimos cuatro años 2010 – 2014 en un campo de inversión de cadenas de retail que se proyectan en América Latina buscando una oportunidad de negocio, el fenómeno que empezó en Inglaterra y Estados Unidos a mediados del siglo XIX es ahora un boom en América Latina y especialmente en un país

que fue inexplorado para ellos en las última década. En dicho contexto la ciudad de Bogotá también está sufriendo dicho fenómeno.

Según, Nakamura, L. (1999). En *TheEconomist* las empresas del Global han sobrestimado la expansión del retail en el ámbito mundial. En México el concepto de retail nació en 1857 con tiendas pequeñas. Luego empezó a fortalecerse en 1898 con el Palacio del Hierro y durante el s. XX, con almacenes de menor influencia. México es uno de los países latinoamericanos con mayor participación por metro cuadrado en retail y el que más ha invertido en comunicación, alta tecnología, logística, modelos estratégicos, estructuras administrativas y nuevos sistemas de software.

1. ¿Que encontramos dentro de la Lista del Global Powers of Retailing?

En su oferta número 17 de la edición de *Perspectivas de la Economía Mundial* (2014), *DeloitteToucheTohmatsuLimited*¹ empresa dentro de la cuatro grandes que miden la inversión y la participación de retail en gestión de lineales, auditoría y en sistema de servicios de riesgo empresarial en el mundo, publican el documento de medición anual de las 250 empresas más representativas de penetración de retail, las estadísticas demuestran que Latinoamérica presenta un crecimiento ponderado en la participación del retail, mientras que en Estados Unidos se estabiliza la tendencia para el 2012, en América Latina aumento en un 1.3 % su participación pese al comportamiento negativo del retail global. De 2011 al 2012 del - 6.1 %. Aquí referencia casos de éxito como el de la multinacional brasilera Pão de Açúcar, que desplazó del primer lugar del ranking latinoamericano a

¹El tercer trimestre de la edición de *Perspectivas de la economía mundial* Deloitte comenta que la economía mundial sigue creciendo a un ritmo moderado. Europa sigue en recesión, el crecimiento de EE.UU, sigue siendo insatisfactorio, pero los principales mercados emergentes se enfrentan a un crecimiento más favorable, mercados como China, Japón, Estados Unidos, la zona euro, el Reino Unido, India, Rusia y Brasil, sobre todo Brasil y Colombia que han logrado desarrollar bloques comerciales con las principales economías del mundo como lo son los últimos TLC con Israel, EEUU. Eurozona, Chile y Corea del Sur.

Cencosud según el informe No 15, pero absorbida por el grupo francés Casino Guichard-Perrachon S.A según las “asociación latinoamericana de supermercados” en un 48.1% y en el informe No 17 nuevamente el grupo Cencosud la desplazo del primer lugar en América Latina ver tabla No 1 y 2.

Tabla No 1

Top 250	Name of company	Country of	Retail revenue (US\$mil)	Retail revenue growth	Net profit margin	Return on assets	# of countries	% retail revenue from foreign operations
1	Wal-Mart	U.S.A	\$ 469.162	5,0%	3,8%	8,7%	28	29,1%
2	Tesco PLC	UK	\$ 101.269	0,5%	0,2%	0,2%	13	33,5%
3	Costco W.	U.S	\$ 99.197	11,5%	1,8%	6,5%	09	27,6%
4	Carrefour S.A	France	\$ 98.757	-5,5%	1,7%	2,9%	31	54,0%
5	The Kroger Co.	U.S.A	\$ 96.751	7,1%	1,6%	6,1%	1	0,0%
6	Schwarz	German	E	6,6%	n/a	n/a	26	57,7%

	Unter	y	87.236					
	Metro	German	\$					
7	A.G	y	85.832	0,1%	0,2%	0,3%	32	61,6%
	The Home		\$					
8	Depot	U.S.A	74.754	6,2%	6,1%	11,%	5	11,2%
	AldiEinka	German	\$					
9	uf	y	73.035	7,5%	n/a	n/a	17	59,2%
	The Home		\$					
10	Depot	U.S.A	71.960	5,1%	4,1%	6,2%	1	0,0%
			\$					
	Top 10*		1.257.892	4,2%	2,8%	5,8%	16,3	32,3%
			\$					
	Top 250*		4.287.587	4,9%	3,1%	5,0%	10,0	24,3%

Fuente: Global Powers of Retailing 2012 tomado de Retail Beyond, Retail perspectives from Deloitte 2014.

En ámbito mundial la crisis económica ha afectado la industria del Retail, observamos como Tesco PLC supero a Carrefour y lo desplazo del segundo lugar, a la cuarta posición, por su disminución de ventas y seguido principalmente por la negociación en América latina del grupo Carrefour al grupo Cencosud de Chile. Según Berman, B. (2007), Brennan, D. (2007) las estrategias de concentración y competencia en la distribución a través de puntos de venta al detal en el mundo, empezó a finales de la década pasada. W.Stern I & otros (2006 pág. 56), así también lo referencian el Fórum de América Empresarial, retailing of marketing, de 2007, con el tema retailers are

increasingly becoming global latinamericanretailers in u.strillion, hacen referencia a las estructuras de canales de comercialización y su crecimiento a través del retail, entrando a Latino América con gran fuerza.

De acuerdo al informe ejecutivo de la situación y perspectivas de la economía mundial 2012 de las Naciones Unidas el crecimiento económico se ha desacelerado considerablemente en Brasil. Este es un país golpeado en esta década por la inflación, la depreciación de su moneda, el pesimismo y malestar empresarial, además de lo desenfrenado en sus protestas ciudadinas por el reciente Mundial de futbol. Por otro lado Argentina, Chile, Perú y Colombia si han logrado mantener su crecimiento constante en los últimos tres años, pues de los 250 del top, 147, operan en más de un país y de estos, 115 están ubicados en más de una sub región como Sudamérica. La Tabla no 2, muestra la participación por continente en el Globalincluyendo América Latina al año de 2012.

Tabla No 2

Top 250	#	Average retail	% retail	Average	% single-
Región	compa	revenue	revenue	#	country
Country	nie	(US\$mil)	from	countrie	operators
Profiles			foreign	s	
			operatio		
			ns		
Africa/Middl					
e East	7	\$ 6.441	2,8%	1,1	0,0%
Asia/Pacific	60	\$ 10.802	24,6%	15,1	51,7%

Japan	39	\$	9.564	15,6%	8,7	62,0%
Other						
Asia/Pacific	21	\$	13.102	8,4%	6,4	33,3%
Europe	82	\$	19.398	38,8%	37,1	19,3%
France	12	\$	31.601	4,8%	8,8	0,0%
Germany	17	\$	22.239	6,8%	10,0	11,1%
U.K.	14	\$	19.460	6,4%	17,1	20,0%
LatinAmeric						
a	09	\$	7.484	1,6%	2	54,5%
North						
America*	92	\$	21.047	36,8%	45,2	48,8%
U.S.*	83	\$	21.797	33,2%	42,2	44,7%

Results reflect Top 250 retailers headquartered in each region/country, *

Average number of countries excludes Dell (U.S.), whose near-global coverage would skew the average

Tabla No 2. Participación de Retailing en el ámbito Mundial, por continentes tomado del Informe anual No. 17 del Global Powers of Retailing 2011.

Al observar el comportamiento del retail, los detallistas de México, Chile y Brasil están ampliando sus conceptos de mercadeo y las estrategias las orientan a penetrar y desarrollarse en nuevos mercados, es decir en mercados emergentes que se han venido estabilizando. En Colombia que no ha sido la excepción el ritmo de crecimiento se

mantiene al igual que en Chile, el número de consumidores que hacen la compra en el retail se ha ampliado para el 2012, aunque el ritmo de crecimiento de la economía se haya desacelerado desde el 2011. Los detallistas de América Latina como el grupo Femsa, Cencosud y Falabella siguen penetrando nuevos mercados en México, Colombia, Perú y Argentina. Inclusive según América retail el gigante No 2 del global P of R a través de la división de Comercio Electrónico de almacenes Costco de México se viene creando nuevos modelos de crecimiento para América Latina.

La participación del retail en América Latina frente al Global del mundial es del 5.2%, con un crecimiento actual del 1.6% en sus actividades en el extranjero, y participación en inversión extranjera es del 17,8 % por encima de Asia con el 11,6 % y Japón con el 6.6 %, pero aun pequeña en inversión, comparativamente con la de Estados Unidos del 36,8%, Europa 18% y Japón 12.8 %. Al observar el Global RetailDevelopmentIndex (GRDI) en el 2013, y en su estudio A.T. Kearney logro evidenciar estrategias de desarrollo internacional con países emergentes atractivos de Sudamérica como Brasil, Chile y Uruguay en los tres primeros lugares del ranking en inversión para retail. Donde Colombia juega un papel importante en el sexto lugar en inversión.

Si analizamos a nuestra ciudad Bogotá, presenta actualmente una concentración por metro cuadrado y espacios en retail baja, según equilibrium clasificadora de riesgo y sus estudios para la medida y porcentaje de participación en espacios de retail, comparativamente con los mercados latinoamericanos desarrollados como Chile y México, en dichos países el promedio de construcción de retail por habitante es de 97 y 109 m² por cada 1.000 habitantes respectivamente, mientras que en Colombia se construye similar a Perú por el orden de 17m² por cada 1.000 habitantes, es decir debemos seguir esperando un repunte en el incremento y la penetración de nuevas cadenas de Retail a Colombia y

América Latina. Observemos en la tabla No 3 la clasificación del retail de América Latina según el Global P of R. y nuestro crecimiento para Colombia.

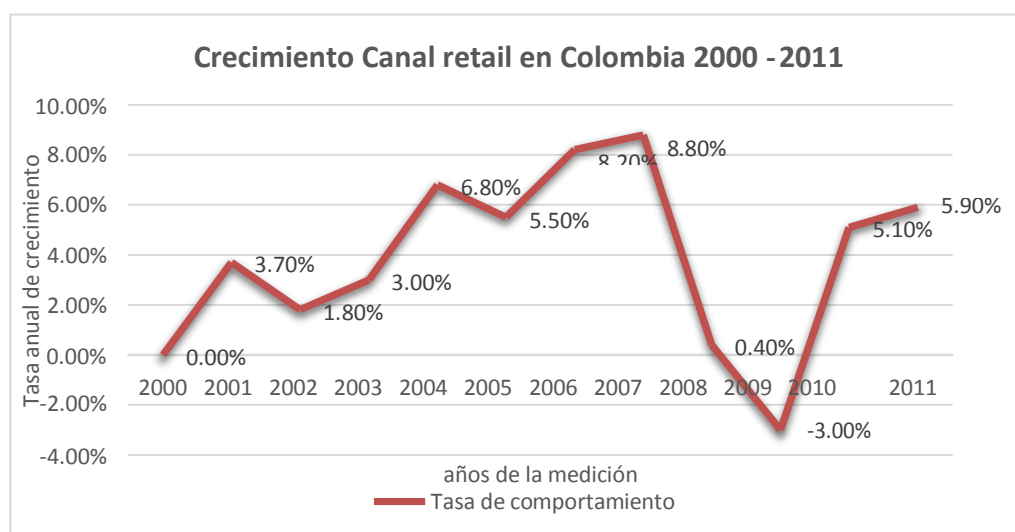
Tabla No 3 retail en Latín América

Top	Name of company	Count	Retailrevenue (US\$mil)	ParentGrowth	Net profit margin	# countries of operati on	% retail revenue from foreign operatio ns
250	CencosudS.a	Chile	\$ 17.896	18.847	521	5	20,1%
51	SAC I Falabella	Chile	10.269	11,312	843	4	14,8%
97	Org Soriana.	México	\$ 7.964	7,964	271	1	9,9%
124	FEMSA Comercio	México	\$ 6.580	6.580	1,7%	2	15,15%
144	LojasAmericanas.	Brasil	5.835	5,835	178	1	14,0%
162	Coppel S.A	México	E5,226	5,226	742	3	18,4%
180	G.ComercialChed	México	\$ 4,868	4,868	118	2	13,6%
191							

	rauit	o	4.821				
	El	Puerto Mexic	\$				
201	Liverpool	o	4.475	5,043	548	1	8,5%
			\$				
9	SMU S.A	Chile	4.291	4,331	- 88	2	ne%
<hr/>							
			\$				
	Top 10*		1.257.892	4,2%	2,8%	16,3	32,3%
			\$				
	Top 250*		4.287.587	4,9%	3,1%	10,0	24,3%

Fuente: Global Powers of Retailing 2012 tomado de Retail Beyond, Retail perspectives from Deloitte 2014.

Tabla No 4. Crecimiento del retail en Colombia 2000 - 2011



Fuente DANE: 2011 crecimiento del Canal Retail del año 200 al 2011.

Colombia se ha convertido en un mercado atractivo y emergente en el sector retail para Suramérica, el enfoque se ve orientado hacia la especialización de las tiendas por departamentos, el cual ha cambiado los hábitos de compra de los consumidores; quienes cada día son más selectivos, exigentes, ávidos de información y de experiencias virtuales. Subyace en esta realidad, la comunicación, la innovación, la integración de la persuasión, la interactividad con los espacios usados y las técnicas de exhibición en el punto de venta, el e-commerce y la tecnología; todas ellas adaptadas a sitios web que reflejan: la flexibilidad de las tiendas, el impacto, y por ende la diferenciación competitiva.

2. El retail y las tendencias en el mercado de las nuevas tecnologías.

El negocio de retail busca ser rentable y se especifica de acuerdo al tipo de cliente y al tipo de formato propuesto, este es un negocio de inversión que ha generado crecimiento constante en el mundo. Numerosas definiciones, están condesas en libros y artículos, así lo define (Levy, 2011) quien argumenta que documentar retail en el ámbito global es toda una filosofía de estrategias en crecimiento, con usos de las nuevas tecnologías, Yavas, U & Babakus, E. (2009), identifican la influencia de las nuevas tecnologías en la gestión de categorías, utilizada por las grandes cadenas, que ahora incursionan en Bogotá. Según Schnedlitz P, Morschet D y otros (2010) y Teller, Christoph and Elms, Jonathan R. (2010) son varias las referencias con respecto al tema retail, también lo hace en “Specialty, shop retailing” Reutterer, T & Teller, C. y otros autores como Díaz S, Seró J, L Jordi, Hasty R y Chetochine G, Levy, M. (2011), Sullivan Malcolm, Adcoc Dennis, Gupta Sajal, Randhawa, Gurpreet y Borhesani, William quienes aproximan la definición y abordan el tema como una filosofía gerencial encaminada a aumentar el valor que percibe

el consumidor final en los lineales de un almacén y adicionalmente incrementar los valores relativos de cobro de espacios dentro del negocio, mejorando la rentabilidad de espacios para exhibición y la posición de los productos y sus caras dentro de los lineales y el layout.

De acuerdo con Mazzarotto (2004) el Retail está conformado por dos niveles de estrategia: la que se hace en la distribución y logística y la que se desarrolla en el centro de costos y compras o contratación con proveedores.

MÉTODO Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Basado en el análisis estructural de los sectores estratégicos previstos AESE aplicados a grandes, medianas y pequeñas superficies, que incluyo prueba de mercado y aplicación de modelos e instrumentos. Se hizo una sensibilización con el grupo GICEA es decir docentes, estudiantes y semilleros, de los programas Mercadeo y Publicidad y Comercio de la Escuela Colombiana de Carreras Industriales ECCI, bajo la supervisión del grupo de Investigación de Ciencias Económicas y Administrativas.

Tipo de muestreo probabilístico, muestra aleatoria sistemática, se dividió la población en n estratos, compuestos por K de unidades, y las segundas k unidades y así sucesivamente. Para determinar el tamaño de la muestra se tuvo en cuenta parámetro y estimador, el sesgo, el error muestral, el nivel de confianza y la varianza poblacional.

El parámetro se refirió a la característica de la población que es objeto de estudio y el estimador como la función de la muestra que se usó para medirlo. Para la seguridad del 95%, $Z\alpha = 1.96$, y para la seguridad del 99%, $Z\alpha = 2.58$. (Estos valores provienen de las tablas de la distribución normal Z) MalhotraN(2010), Spiegel, M (1988). Y la aplicación de Modelos de Inventarios por pruebas de rotación y costo optimo según Chopra S (2013).

La muestra extraída de la población objeto se conformó de varias formas: Dada la fórmula de proporción poblacional: $n = \frac{Z^2 P Q}{e^2}$. Donde $Z = 1.96$ $P = 0.05$ $e = 0.02$ $Q =$

$1 - 0.05$

()

N es el tamaño de la población, Z Nivel de confianza, Probabilidad de éxito, q , fracaso, d precisión, si esperamos un nivel de seguridad = 95%; para precisión = 3%; la proporción esperada para aproximadamente el 5% de 15.000 establecimientos en la ciudad, la proporción utiliza el valor $p = 0.5$ (50%) que maximiza el tamaño muestral, nos dio 200 es

decir: Tenemos que $n = \frac{15,000 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2} = 200$

$$0.03^2 * (15,000 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95$$

Inicialmente para 200 empresarios del sector retail, luego para 90 empresarios dada la población para pequeños retail, se trabajó en siete diferentes zonas y sectores, tiendas de venta de alta tecnología de retail, de calzado, tiendas de diseño y de vestuario, venta de repuestos y diagnosticentros, medicamentos, minimercados y superetes. Distribuidas en la localidad mencionadas: San Cristóbal (5%), Teusaquillo (8%), Engativá (8%), Kennedy (6%), Bosa (1%), Antonio Nariño (2%), Fontibón 5%, Barrios Unidos (4%), Usaquén (6%), Chapinero (10%), Usme (2%), Tunjuelito (10%), Suba (9%), Puente Aranda (3%), Candelaria (3%), Rafael Uribe Uribe (12%), Ciudad bolívar (2%), Santafé (2%) y Los Mártires (2%) de acuerdo al tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población se tomó. En el gran retail los almacenes más estudiados fueron negocios especializados en ventas de Hardware, Software y Suministros, espacios de tienda especializados en entrega y venta a detal de alta tecnología en comunicaciones y electrodomésticos con el respaldo de almacenes de retail como tiendas éxito, Alkosto, jumbo, CAT “Centro de Alta tecnología, Unilago, Panamericana y K Tronix.

RESULTADOS Y DISCUSIONES

1. Observaciones en el sector en cuanto a tendencias del mercado, innovaciones, modelos de comunicación y uso y aplicación de nuevas tecnologías.

Según el periódico portafolio de Colombia yMcKinsey Global Institute (2011 pág. 11) Colombia y Bogotá han ascendido cinco puestos y se ubicó en la casilla número 18 de los países más atractivos para la inversión del comercio al detal.En este orden de ideas la ciudad de Bogotá no ha sido ajena a este proceso.La actual posición de Bogotá entre las 10 ciudades principales de América Latina, se incluyen los 10 centros urbanos más importantes en términos de PIB según cifras de 2012 y las seis ciudades con propuestas de inversión más atractivas en América Latina, donde se ha presentado como la preferida para las grandes cadenas de inversión para incursionar con sus almacenes de retail. Se Observó para el retail de Bogotá: a) El gran potencial de crecimiento económico y empresarial, proyectado para los próximos cinco años, como principal centro económico de América Latina, b) La enorme participación (22%) en el P.I.B del país, c) La concentración de más del 16% de la población del país, d) El establecimiento del 27% de las empresas del país, e) crecimiento.

Veamos un cuadro que se desarrolló con base en los principales centros de retail que han incursionado y han progresado en Colombia, su participación en construcción por metro cuadrado y a que dedican su negocio.

Tipo de Tienda	Observaciones de la Tienda	Nombre de la Tienda	Áreas Promedio en metros	Grupos actuales en Colombia	Descripción
Discount Store	Gran variedad de ítems. Venta de perecibles, no perecibles y servicios (patio de comidas, bancos, lavandería, entre otros). Estrategia, principal de precios bajos.	Alkosto, Makro,	9799 m ²	Grupo Alkosto, Grupo Makro, Colombiana de Comercio S. A y/o Corbeta S.A.	En un área aproximada de 9.700 metros cuadrados, ubicados en Avenidas arterias importantes hacia las salidas de las grandes ciudades de Colombia, Bogotá, Medellín, Cali.
Home Depot	Gran Variedad de productos para el hogar, para la construcción y para las oficinas, con apoyo al sector de los terminados y las	Home Center, Sodimac, Home Depot Office Depot, Home Sentry.	Área: 4,900 o más m ²	Grupo corona y Grupo Falabella	Almacenes generales de depósito orientados al hogar, a la construcción y al

	empresas, las herramientas y soporte técnico, tecnológico y logístico.				sector corporativo con cotizaciones para construcciones en obra blanca y obra negra
Hipermercados	Gran variedad de ítems. Venta de perecibles, no perecibles y servicios (plaza de comidas, bancos, lavandería, entre otros). Estrategia, principal de precios bajos. Tienen alianzas estratégicas dentro del establecimiento para atención a los clientes, y espacios para turismo y seguros.	Éxito, Jumbo, SAO, La 14, Metro	Entre 4.900 y 7,000 m ²	Grupo Cencosud, grupo casino, Grupo Olímpica.	Carrefour contaba con 96 tiendas en Colombia, de las cuales 77 son hipermercados, 15 son Express y 4 hacen parte de las Maxi. En total, los almacenes ocupaban 400.000 metros cuadrados, estos se negociaron

					con el grupo Cencosud
Almacenes de Alta Tecnología	Nuevas tecnologías, tecnología blanda en comunicaciones, trasferencias de nuevas tecnologías.	Katronix, Cap., Unilago, San Andresito	760 a 1500 m ²	Grupo Colombiana de Comercio S.A.	Ktronix tiene presencia en Bogotá, con nueve almacenes; en Medellín, con cuatro, y en Bucaramanga, con uno. un local con un área de 1.300 metros. En la apertura de cada tienda de la marca, la empresa invierte entre \$3.000 y \$4.000 millones.

<p>Merca Exprés y Superetes</p>	<p>Riendas de Conveniencia de productos para el hogar y para preparas y llevar</p>	<p>Grupo Éxito, Superetes como Zapatoca, Oxxo, RunToGo, Cafam y Colsubsidio Mercaexpress, Mercados de Cooratiendas, Droguerías Drug Store de Copidrogas y Olímpica. Tiendas Ara.</p>	<p>590 y 1.000 m²</p>	<p>Grupo Temas. Grupo casino, Cajas de compensación familiar Cafam y Colsubsidio</p>	<p>El Grupo Éxito, propiedad del grupo francés Casino, es el de mayor extensión en el país, pues cuenta con 705.990 metros cuadrados construidos que estarían valorados por encima de los US\$1.000 millones, de acuerdo al valor promedio del metro cuadrado en Colombia, que según las últimas cifras estaría por</p>
---------------------------------	--	--	----------------------------------	--	---

					encima de las \$2.000.000.
Tiendas Por Departamentos	Por secciones que conforman departamentos perfectamente integrados de vestuario, Tecnología, marroquinera, servicios financieros y supermercado. Localizados en las principales vías arterias de las grandes ciudades. Desarrollo de Consumo de Alta belleza y productos exclusivos	Falabella, Ripley, La Polar, Zara, Stradivarius, Berska, Gap, Pull& Bear, Fedco	3,680 m ²	Grupo Inditex	Mientras que el tercer hombre más rico del mundo, Amancio Ortega, hace sus ventas en Colombia con 37 almacenes en 50.000 metros cuadrados, el Grupo Éxito al cierre de este año adicionará 60.000 metros cuadrados a su negocio.

Supermercados	Con dos subformatos: i) ambiente cálido, excelente servicio y precios altos, y ii) variedad de productos, con precios más bajos cercanía la hogar en los barrios principales y vías de acceso al hogar.	Carulla, Pomona, Ley, Tía, Homeart, Merquefacil, Surtimax, Frescampo, Surtifruver	De 890 a 1.900 m ²		El director de Fenalco, Guillermo Botero, explicó que hace 10 años en las grandes superficies las ventas de alimentos eran del 40%, hoy en día esa cifra disminuyó al 28%. Es decir se han trasladado.
---------------	---	---	-------------------------------	--	--

Fuente: Diario la republica Jueves Octubre 25, 2012, Información pública de GSW, HT y SPSA, El país com.co, Martes 17 de

Junio de 2014 Retail en Colombia, experiencias del autor

En American Cities of theFuture de 2013 se demuestra que Bogotá es después de Ciudad de México, Sau Paulo Brasil, Santiago de Chile, Rio de Janeiro, Monterrey y Buenos Aires la mejor opción para hacer inversión y negocios en retail en América Latina.

Se demuestra que Bogotá ha evidenciado en la última década la entrada de empresas de inversión internacional que vienen del cono sur, ellos compiten frente a un retail en Bogotá que está caracterizado por ser empresas de familia que se formaron y crecieron desordenadamente, sin un horizonte ni un plan estratégico, Rueda G J. (2011), y más del 80% de los proveedores de las grandes cadenas más reconocidas en el país son PYMES que vienen en una tendencia de crecimiento según Rafael España de Fenalco y Gamboa P. (2010), comenta como el desorden del crecimiento de las tiendas de barrio se verá afectado por la evolución del comercio, el desarrollo de la infraestructura urbana, e inclusive por el cambio en los modelos de consumo y cultura ciudadana.

De acuerdo al Índice de concentración del mercado Herfindahl-Hirschman (IHH). y de Viscusi et al. (2005) IHH, se obtuvo mediante la suma del cuadrado de las participaciones en ventas en el mercado de las empresas de retail de Bogotá lo siguiente:

$$IHH = \sum_{i=1}^n (S_i)^2$$

Según lo estudiado por el DANE y referenciado en documento de la superintendencia de industria y comercio la concentración de los años 2008 a 2010 de la IHH fue de 3.194 en 2008, de 3.119 en 2009 y de 3.448 en 2010. Es decir el retail en Bogotá se está concentrando y va en busca de concentrarse cada vez más. En el indicador CR² la concentración es del 71,7% en 2008, el 71,2% en el 2009 y 74,7% en el 2010. Las dos empresas más grandes del mercado, para 2010 y según el indicador muestra que el

74,7% están; el grupo éxito con el 50,9% y grupo Carrefourhoy Jumbo con el 23,8%.

También demuestran que con el cierre de su local en Centro Mayor, la salida definitiva de La Polar en el país se hace realidad y deja 35.393 metros cuadrados libres para que otros retailers compitan. La compañía chilena, que llegó en 2010, alcanzó a tener seis locales distribuidos. Con una población de 47 millones de habitantes, nuestro país ha cautivado a las empresas chilenas. Hoy existen más de 120 compañías con inversiones directas, entre las que destacan Cencosud, Sodimac, Falabella, Sonda, Derco y CorpBanca, CMPC e Indumotoras seguir informe del sector retail de la superintendencia de industria y comercio.

En los almacenes seleccionados se logró verificar que las tendencias del mercado con consumidores es cada vez más activa, esto lleva a optimizar la carga del inventario en las cadenas de retail, según Chopa S (2013 Pág. 210) y Welsch H (pág. 187) existen modelos para relacionar la rotación de sus inventarios y optimizarla que se están aplicando en las grandes cadenas de retail verificado por la investigación, se optimiza la rotación, las caras exhibidas en góndola y los lineales, veamos las formulaciones tomadas en cuenta:

D: La demanda dada por periodos de tiempo al cual juega un papel importante en la medida y la cantidad, Q la cantidad a solicitar del producto analizado en cantidad es del inventario para exhibición, F: la frecuencia de la rotación y del cargo del inventario dado por F, aquí se tienen en cuenta el surtidos en los lineales que se da de acuerdo a los instrumentos de medición siendo en promedio de 1,01 para productos exclusivos, 3,56 para productos selectivos y 9,79 para productos masivos, número de cargas por periodo de tiempo, casi en todas las cadenas, lo mismo para la selección optima de los inventarios en góndola: es decir: Donde de acuerdo a lo verificado:

$$\sqrt{\frac{2DS}{hC}}$$

"S¹": es el costo del almacenamiento expresado en una tasa anual sobre el costo del producto almacenado. "S²": El costo de lanzamiento de un pedido. "C": El costo de adquisición de un producto, utilizado exclusivamente para determinar los costos de almacenamiento en función de la tasa antes citada y **h**: la medida de la rotación óptima y dado en % de acuerdo al costo.

Los grandes retail prefieren tener en cuenta los surtidos óptimos vistos desde la fórmula:

$$\sqrt{\frac{2DS}{hC}}$$

Cadenas de retail como los grupos: Cencosud, Casino, Falabella e Inditex en Colombia miden el costo de la carga del transporte y lo óptimo en la entrega dado por la ecuación: $(D/Q) * S + (Q/2) * h * C$ y el tiempo de flujo de la rotación llevado a semanas de participación y rotación que nos da la formula $((Q/2) * D) * 52$ en semanas anuales. Necesitan optimizar la rotación de los inventarios siendo la fórmula más aplicada:

$S^* = S + S_L + S_M + S_H$ el costo optimo: Donde L, M y H son diferenciadores de la intensidad en al distribución para masivo, selectivo y exclusivo.

$$((D_L h_L C_L)/2 * S + (D_M h_M C_M)/2 * S + (D_H h_H C_H)/2 * S) + S * F$$

siendo la frecuencia optima igual:

$$\sqrt{\sum \frac{(\quad)}{\quad}}$$

Se observó que las grandes cadenas de retail llevan la frecuencia óptima en promedio a 9,75 donde miden el número de veces de la frecuencia de acuerdo al número de productos que distribuyan y sus surtidos lo hacen en un solo pedido por orden de rotación.

En el uso de la Tecnologías de identificación por radiofrecuencia (Radio Frequency Identification – RFID) que ha sido empleada por estas compañías líderes el mercado como almacenes éxito, alkosto, Jumbo, Metro, Falabella, han encontrado en dicha tecnología una herramienta para mejorar sus indicadores de gestión y de mercado y para potencializar los avances realizados con la tecnología de código de barras. Estas empresas de retail han visto las ventajas del uso de RFID por lo cual lo han incluido en sus procesos. Se logró evidenciar adicionalmente se emplean los EPC como herramienta de seguridad y control al robo, se realizaron pruebas piloto durante cuatro meses en diferentes punto de venta de sus almacenes entre eso los de Lisboa, para comprobar la efectividad de EPC. (Li & Visich, 2006) lo que genera un Código electrónico de producto (“ElectronicProductCode” – EPC) como estructura numérica que participa en el análisis del impacto funcional en los procesos globales y de transacciones relacionados con este dispositivo (Taghaboni-Dutta & Velthouse, 2006).

El análisis detallado logro evidenciar en sus inventarios el manejo global de la merma, sus principales fuentes y causas, y su impacto en las finanzas corporativas, la aplicación de las pruebas de RFID radiofrecuencias. Se midieron las interfaces, la integración a nivel de software y hardware. En los almacenes de retailde Alkosto, Jumbo, katronic, Replayy Falabella se están usando aplicativos de recolección de datos y análisis de información, los tags RFID-EPC a nivel unitario del punto de venta lo mismo que en los tecno éxito del almacén Lisboa en el norte de Bogotá se dieron con el fin de observar la visibilidad, trazabilidad y seguridad desde el despacho como Cross Docking desde el CEDI localizado en Funza Cundinamarca, hasta la salida en tienda, pasando por recibo, transferencia, inventarios y ventas.

El apoyo a estos centros de retail desde el Centro Latinoamericano de Innovación en Logística (CLI), en uso de este tipo de tecnologías que ha sido imperativo, porque se han venido desarrollando pruebas y se han encontrado y ajustado los equipos ideales para el RFID-EPC.

Otros modelos de uso encontrados en aplicación de nuevas tecnologías que se evidenciaron a través de los instrumentos son el uso de zona de marcación con impresoras Zebra RZ400 y etiquetado, zona de despacho de Jaula y de recibo, con el uso de un lector ImpinjSpeedwayRevolution y una antena Brickyard de campo cercano y corto alcance. En el sitio se simula la ubicación de despacho de productos electrónicos pequeños o de alto valor, cámaras fotográficas, memorias usb, y tres antenas Laird de largo alcance (para producto grande por ejemplo: televisores, dvd, etc.) para el recibo de mercancía. Zonas de transferencia y de validación de Salidas. Gs1 de Colombia colabora en todo estos procesos a través de la proforma EPCIS.

Los grandes almacenes de retail que implementan dichos modelos, logran mayor visibilidad y trazabilidad hasta en un 100% de la mercancía despachada, ajustes de venta en el punto hasta en un 59 % de disminución, reducción del tiempo de toma de inventario en punto de venta en un 92%, con la disminución en el tiempo de inventarios de 120 minutos con el procedimiento de inventario tradicional, a 10 minutos con la tecnología de RFID implementada. Es decir se incrementa la exactitud de recibo y entrega del 99.7% al 99.8%.

Otras tecnología evidenciadas son TXT e-solutions, que ayuda a planificar la gestión y el ciclo de vida de los productos dentro del retail, mediante el control de la rotación y oferta producida. La finalidad de este software, como herramienta de retail, es acelerar, verificar, y controlar las semanas de la rotación y stock de inventarios para el grupo en total, evitando un dinero adormecido es decir un sobre stock de inventarios, evidenciado en Home Center con el director de venta corporativa Mauricio Gutiérrez. Al explorar documentos y discusiones se demuestra que los empresarios de las ventas al detal han tomado partida y se están preparando y capacitando, un ejemplo de ello es lo investigado por Vega J E y otros (2012 pág. 38) de la Universidad del Rosario, en este caso ellos observaron cómo almacenes de retail de Arturo Calle, Villa Romana, Carlos Nieto, Hernando Trujillo, Camisería inglesa, Armi Pronto “permoda” Lafayette están en el camino correcto y la perdurabilidad empresarial, con un análisis estructural del sector. El documento Company, M. (2009 pag 7) del ministerio de Desarrollo industria y turismo también contextualiza el crecimiento y capacitación en el punto de venta.

2. **Uso, decisiones y aplicaciones de nuevas tecnologías en superficies de retail**

Se logró evidenciar que la aplicación y usos de nuevas tecnologías ha mejorado la capacidad de respuesta al mercado, pues el 42% de las empresas encuestadas usan aplicativos como: SMS que es un sistema de control de precios, inventarios y rotación, se usa con Wireless data mining, spaceman para medir la gestión y verificar la ubicación de la categoría, otras como las soluciones Integrales LegisSoft y soluciones OASIS MRP, como banco de datos, y el business SAP que involucra las proyecciones y pronósticos, en la toma de decisiones para verificar tendencias del mercado y pronosticar su evolución y el objeto de la venta, otras como las transaction ware SAP, AQS AdvancedQualitySolution, el Castor Retail TPV, ODBC (SpacemanConnectivity), que mide cuerpos y disposición de los productos de acuerdo a zonas frías y calientes en góndola y lineales.

El DriverMagic como una herramienta de controlador de dispositivos que mejora los rendimientos del equipo para la inspección en tiempo real de logística e inventarios. TEC(*TechnologyEvaluation Centers*, Oracle JD Edwards Enterprise como conjunto de aplicaciones comerciales modulares, en este caso Oracle JD tiene una familia completa que ofrece soluciones en Retail. S.A.P considerado como el tercer proveedor independiente de software del mundo y el mayor de la Unión Europea, el ERP (Enterprise ResourcePlanning) que integra la información entre las funciones de manufactura, logística, finanzas y recursos humanos, el BW (Business Warehouse) o BI(Business Intelligence) que son soluciones especializadas y de gestión de categorías que integran las ventas y distribución (SD), con pedidos, solicitudes, gestión de entregas y necesidades, MM (gestión de materiales) y WM (gestión administrativa del almacenes).

Figura 1. Ejemplo de Aplicación de Spacerman para pastas en Almacenes Éxito.



Figura 1: Aplicación de Spacerman para pastas en Almacenes Éxito y para vinos en una plataforma medida por spaceman. <http://genuardis.net/planograma/planograma-layout.htm>

En cuanto a las nuevas tendencias de mercadeo una estrategia eficaz es la oferta por parte del retail de una estrategia de tarjeta de crédito, esto lo hacen en Bogotá almacenes éxito, Falabella, Carulla y Jumbocon más de 3“900.000 clientes inscritos, más de 1“650.000 clientes de crédito según asobancaria (2012), lo cual permite un sano enfrentamiento beneficioso para los clientes, ver cifras de ofertas en tarjetas de Asobancaria (marzo del 2009) del 33,56% (14 millones de personas) de la población bancarizada, solo 3,4 millones tenían tarjeta de crédito, otro almacén que ha incursionado en el negocio de las tarjetas es la 14 de Cali, y han logrado el gran crecimiento que se refleja en el centro comercial Calima de la Av. 30 en Bogotá. El wms (Warehouse Management Sytstem)es un poderoso sistema de ejecución que maneja todas las actividades del centro de distribución de almacenes éxito dentro de las cuales se incluye también las tarjetas de crédito, su recepción, en inventarios el almacenaje, planificación de órdenes, recogida, empaquetado y despacho. Almacenes éxito tiene más de un millón de tarjetas de crédito entregadas a sus clientes, y esto los ubica

en Colombia, como el tercer puesto de entrega de tarjetas después de Davivienda y Bancolombia, superando a entidades financieras expertas en la materia como Colpatria, Banco de Bogotá y Citibank. Hubo una alianza del Grupos Aval con Almacenes éxitopara abrir 7.000 cajas pagadoras en Colombia, para beneficiar a 4.000.000 de usuarios de más de 260 puntos de ventas en el paso del grupo Casino.

CONCLUSIONES

- Las grandes cadenas de retail del mundo han encontrado un nuevo foco en América Latina y las de América Latina están incursionando en Colombia, su expansión y crecimiento será la vertiente a seguir en los próximos diez años y generará la participación de las Universidades en modelos de capacitación y formación empresarial para responder a estos nuevos requerimientos.
- Existen nuevas tendencias de mercado por parte de los clientes, que obligan a tener un conocimiento del consumidor constante, el cual se ha revitalizado con el uso de nuevas tecnologías y estrategias de mercado. Los retailers se han venido preparando y mejorado en el uso de nuevos conceptos de mercadeo y de tecnologías en el accesos a los espacios, la gestión, las decisiones gerenciales y la presencia en la web, con nuevos dispositivos móviles, medidas para ampliar la oferta de su tienda con mejores exhibidores e inventarios que rotan delimitado la compra y la exhibición.
- En las cadenas internacionales de retail y que prestan servicios complejos, el sector de mercado es el que más se mueve, cada día avanza para adecuarse a las nuevas tendencias. Los detallistas del sector retail suelen especializarse cada día más de acuerdo a la incursión internacional, es decir es un sector que evoluciona

constantemente. Los departamentos, las secciones de trabajo y las categorías y líneas de productos son especializados, es decir, según la amplitud y la longitud de su variedad de productos se manejan clientes objetivos portiendas especializadas y el uso de la más alta tecnología en los procesos de gestión.

- A raíz de la incursión de grandes cadenas internacionales se ha venido creciendo en modelos de comunicación interactiva, promocional con cadenas voluntarias en alianza que se unen para competir en sus negocios independientes manteniendo su propia característica individualidad y una personalidad como patrono frente al cliente, separadamente de los demás competidores directos, lo cual le crea una identidad e imagen competitiva diferentes que los enmarca en un concepto competitivo diferenciado. La super especialización tan marcada ha creado en el mundo del retail formatos muy diferenciados y orientados con altas tecnologías al consumidor final con precios relativos, de descuento y rebajas contantes que afectan la evolución de las pequeñas tiendas de barrio.

- En los últimos años, el dinamismo del sector retail ha venido siendo impulsado por el favorable comportamiento del consumo privado y una demanda constante interna, gracias a la mejora en los niveles de capacidad de gasto, la calidad del empleo e ingresos disponibles, que han hecho que se penetre el sector de las compras de la canasta familiar hacia tiendas internacionales en nuestro país en comparación con otros países latinoamericanos.

- Ha pesar de la desaceleración de la economía mundial y del consumo privado, vemos que nuestra demanda interna se mantiene estable y en constante crecimiento, las perspectivas para el sector retail y la ampliación de sus campos de

acciones seguirá dadas con un favorable comportamiento de los indicadores de gestión, tecnología y aplicativos.

- Los retails recurren cada vez más al uso de nuevas tecnologías para responder a la constante demanda, la integración con el cliente y mejorar la búsqueda de la información que los oriente en los procesos de gerencia, exhibición, compra y venta, con ello los consumidores pueden familiarizarse mejor con los productos que van a adquirir, cuando hay opciones de comunicación e información completa.

LISTA DE REFERENCIAS

- Alas “Asociación latinoamericana de supermercados” Latinoamérica Unida por sus Supermercados.
- A.T. Kearney's Global Retail Development Index™ (GRDI), The 2013 Global Retail E-Commerce Index.
- Almacenes Éxito, Información Corporativa TUYA SA (2012). Recuperado de: <http://www.tarjetaexito.com.co/docs/Historia.pdf>
- Amézquita Laura L, PATIÑO M y (2012). Superintendencia de industria y comercio de Colombia, Estudio elaborado por la Delegatura de Protección de la Competencia, estudio económico del sector retail en Colombia (2010-2012).
- América retail comunidad de Latinoamérica. Colombia 6 agosto, 2013 0 <http://america-retail.com/industria-y-mercado/ferreterias-se-unen-para-competir-contra-retailers>
- Asobancaria; (marzo del 2007) María Mercedes Cuéllar, presidenta
- Berman, B. (2007Pag 111).Retail management: A strategic approach. New Delhi: Pearson education.
- Borhesani, William H., Peter L. de la Cruz et David B. Berry (1997), "Controlling the chain: Power, Distributive Control, and New Dynamics in Retailing”, Business Horizons, Vol. 40, No. 4 (Juillet-août), pp. 17-24.Distributive Control, and New Dynamics in Retailing, Business Horizons. Elsevier, vol. 40(4).
- Brennan, D. (2007). Retail marketing forum 2007. trends and innovations in retailing, (Pag 3). St. Paul, Minnesota U.S.A.: University of St. Thomas.

- Cepal (2003), Instrumentos y estrategias de la gestión urbana, para el desarrollo sostenible en América Latina y el caribe. Compilación de la versión Original Italiana de Ricardo Jordán y Daniela Simioni.
- Chetochine, G. (2009, Ene.-Feb.). Gestión por categorías la nueva ola. Encuentros, (84), 48.
- Chopra, S, Meindl, P, (2013 Pag 210) Supply Chain Management: Strategy, Planning, Editorial Pearson.
- Dane (2010), Estadísticas territoriales de la ciudad de Bogotá proyecciones para los próximos cinco años. Plan de desarrollo de Bogotá Samuel alcalde secretaria distrital de desarrollo económico.
- http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=category&id=135%3Aterritorial-bogota&Itemid=1
- DANE Encuesta Anual del Comercio (2009) Boletín de Prensa. Obtenida el 18 de marzo de 2011, de:
- http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eac/bolet_eac_2009.pdf
- De la Vega F. F (2001) “Punto de venta” Diseño y producción. Editorial Pearson Education.
- Equilibrium Clasificadora de Riesgo S.A. (2013 Noviembre), Análisis del Sector Retail y Supermercados www.equilibrium.com.pe
- España, R., (2011) El Panorama Económico y del Retail Obtenida el 18 de marzo de 2011, de <http://www.fenalco.com.co/content/>
- Fenalco. (2012b). Todo el mundo habla de las marcas propias. Recuperado de
- <http://www.fenalco.com.co/contenido/5>

- Gamboa Palacios, I. F. (2010). Centro de estudios empresariales para la perdurabilidad. Informally published manuscript, administración de empresas, available from facultad de administración universidad del rosario.
- Global Powers of Retailing Top 250 Deloitte Touche Tohmatsu (Deloitte), 17th Annual Latin America moving toward the left? Not entirely. Some leftists remain free marketers (such as the leaders of Brazil and Chile) while some are socialists (Venezuela, Bolivia).
- Gupta Sajal, Randhawa Gurpreet (2008 Pag 98) Retail Management editorial Atlantic, Nueva Delhi India.
- Hasty, R. Readon J (1997 Pag. 347). Gerencia de ventas al detal. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Levy, M. (2011). Retailing Management. (8^a ed., Pág..539). McGraw-Hill
- Li, S., & Visich, J. (2006). Radio frequency identification: supply chain impact and implementation challenges. International Journal of Integrated Supply Management, 407-424.
- Malhotra Naresh, David F. Birks, Peter Wills (2012 Cap 67) Marketing Research, An Applied Approach, Financial Times/Prentice Hall, 2012 – 1037.
- Manual de Frascati, Organización para la cooperación y desarrollo económicos, Fundaciones española de ciencia y tecnología 2002, medición de las actividades de ciencia y tecnología.
- Mastrini G, Bolaño C (1999 Pag 56) Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina, editorial Biblos, 1 ed Buenos Aires.
- Mazzarotto, N. (2004). Competition policy towards retailers: size, seller markets power and buyer power. Centre for competition & regulation. Recuperado de:

- <http://competitionpolicy.ac.uk/documents/107435/107587/ccp1-4.pdf>
- McKinsey Global Institute, Construyendo ciudades 2011, competitivas: La clave para el crecimiento en América Latina.
- Meyer, M. P. (2009). Aprendiendo del retail en Chile y sus factores de éxito. (Master's thesis), Available from ponencia para el seminario internacional en Retail Moderno, Ciudad de San José de Costa Rica Hotel Crown Plaza 29 – 30 Julio.
- Morales, P Adriana J (2012), Direccionamiento estratégico para el incremento en la participación en el mercado colombiano de tarjetas de crédito. Recuperado de: <http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/3735/1/adriana%20judith%20morales%20peña.pdf>
- Nakamura, L. (1999). The measurement of retail output and the retail revolution. *Canadian Journal of Economics*, 32 (2), 408 – 25.
- Portafolio.co Martes 20 de Agosto 2013 Colombia más atractiva para invertir en retail <http://www.portafolio.co/negocios/inversiones-retail-Colombia>
- Reiner, J. (2012, 12 20). Crecimiento del retail en Colombia impulsa ventas de carros de mercado. *America retail*, retrieved from <http://america-retail.com/industria-y-mercado/crecimiento>
- Rico, R. R. Doria (2007). *Retailing Marketing: el nuevo marketing de comercio al minorista*, (2ª ed., Pág. 296). Buenos Aires: Pearson Education
- Rueda Galvis, J. F. (2011). *Modelo econométrico de Gestión exitosa para la empresa familiar Colombia*. (Doctoral's thesis, Universidad Antonio de Nebrija Ciencias Empresariales).

- Sáinz de Vicuña José María, (2001).La distribución Comercial, Decisiones Estratégicas, Editorial ESIC. 2ª Ed., Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing. Pág. 226.
- Sero J (Jul.-Ago. Pág. 52) La revista especializada de retail No 439 gaceta business
- Schnedlitz P, Morschet D y otros (2010) European Retail Research Volume 24 Issue I editorial Gabler Research Alemania.
- Spiegel, Murray (1988). Estadística. 2ª. Edición. Editorial McGraw Hill. Madrid
- Sullivan Malcolm, Adcoc Dennis (2006 pag 9) Retail Marketing editorial Thomson, London England.
- Taghaboni-Dutta, F., &Velthouse, B. (2006). RFID technology is revolutionary: ¿who should be involved in this game of tag? Academy of Management Perspectives, 4(2), 65-78.
- Teller, Christoph and Elms, Jonathan R.(2010) 'Urban place marketing and retail agglomeration customers', Journal of Marketing Management,, First published on: 27 October. 2010 (iFirst). To link to this Article: DOI: 10.1080/0267257X.2010.517710.
- The Economist, (1999) Shopping all over the world, Retailers are trying to go global. They will struggle to succeed, Jun 17th 1999, New York
- Vega J E y otros (2012pg 38),Análisis estructural de sectores estratégicos sector de la confección Período 2007-2011. Facultad de Administración de empresas Universidad del Rosario
- W.Stern I, Adel El Ansary (2006), Canales de comercialización. (5ª Ed. Pág. 56) Prentice Hall.

- Welsch H. Gordon (2005 Pag 187) Presupuestos: planificación y control, Sexta edición, Editorial Pearson, México D.F.
- Yavas, U. y Babakus, E. (2009). Retail store loyalty: a comparison of two customer segments. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 37, (6), 477-492.

Personalidad de la marca universitaria – Estudio empírico Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH)

Figueroa Velázquez Juan Gabriel
UAEH- ICEA- Mercadotecnia

Cerón Islas Arlen
UPAEP /UAEH- ICEA- Mercadotecnia.

Resumen

Hablar de marca es un tema central entre consumidor y empresa, establece una clara relación de identificación y lealtad.

La personalidad de marca es parte esencial en la gestión de marca debido a que es parte integral de su posicionamiento e imagen y contribuye al desarrollo del valor de la marca.

La presente investigación tiene por objetivo identificar el nivel de conocimiento de la personalidad de la UAEH con la finalidad de validar el nivel de satisfacción de los actores universitarios con la percepción de la organización.

La investigación es transversal y mixta, se utilizó como instrumento de validación un cuestionario con nivel de confiabilidad de 0.882.

Después del análisis se puede afirmar que a mayor sentido de pertenencia, un mayor conocimiento pleno de la institución (personalidad) y un adecuado posicionamiento (top mind), lo cual genera un alto nivel de satisfacción por parte de los clientes internos.

Palabras clave: Marca, personalidad y valor de marca

Desarrollo

Introducción

La marca es el tema central en la relación consumidor y empresa, ya que a través de esta se establece una clara identificación y lealtad.

Por lo tanto ofrecen valor real a los consumidores y una percepción de calidad que permite la toma de decisiones en la adquisición del producto y/o servicio; siendo la personalidad una función representativa para el individuo, por lo que le agregan significado a su experiencia de compra a través del status que le imprimen como socios de una relación cercana.

Marco teórico

Hablar de marca es un tema central entre consumidor y empresa, establece una clara relación de identificación y lealtad. La marca es el activo más importante de una organización debido a que representa el indicador más confiable y estable para medir la salud de un negocio (Colmenares, Schlesinger y Saavedra, 2009), esto debido a que es el beneficio concreto percibido por todos los actores y la diferenciación entre los competidores.

Las marcas ofrecen valor a los consumidores, brindan una seguridad en el nivel de calidad, y ayudan en el proceso de elección que va desde necesidades fisiológicas básicas hasta la autorrealización personal (Tybout y Carpenter, 2002).

La marca es determinante en la identificación del producto y/o servicio; con base en sus características ayuda a los consumidores a identificarla plenamente y establecer relaciones duraderas (Stanton et al., 2007).

Haigood, (2001) mencionan que dada la importancia de la marca el mundo empresarial y el académico han ido inculcándole a su actuar las dimensiones de personalidad y emocionalidad. Se visualiza como una relación entre 2 entes al principio, la marca es un nombre sin importancia; pero posteriormente estos nombres y símbolos representan poderosas asociaciones en la mente de los consumidores (Tybout y Carpenter, 2002; Saavedra, 2007).

Aaker (1996) define estas asociaciones como un conjunto de emociones, imágenes, sonidos, etc.; vinculados al recuerdo de marca, que ayudan a los clientes a recordar información archivada en su mente para la toma de decisiones y establezcan una razón clara para adquirir el producto basándose en el valor asignado a este.

García y Bergatiños (2001) realizan una reconfiguración de la escala de valor de la marca asignado por el consumidor estableciendo tres variables, a saber:

- a. Valor percibido – calidad vs precio

Imagen funcional – atributos y beneficios

- b. Personalidad – beneficios simbólicos y emocionales (intangibles)

Personalidad – actitud del consumidor hacia el servicio

- c. Organización – empresa o imagen

Reputación – percepción a lo largo del tiempo. Confianza del consumidor para satisfacer las expectativas.

La marca y la personalidad son una función representativa para el individuo, por lo que le agregan significado a su experiencia de compra a través del status que le imprimen como socios de una relación cercana (Caprara et al., 2001; Keller, 2008).

La personalidad de marca es parte esencial en la gestión de marca debido a que es parte integral de su posicionamiento e imagen y contribuye al desarrollo del valor de la marca (Plummer, 1985).

Aaker (1997) define personalidad de marca como el conjunto de características humanas asociadas a la marca, estableciendo un vínculo entre los rasgos de personalidad de los individuos y los atribuidos a la marca; estableciendo eslabones -tales como las aptitudes, respuestas, emociones - entre dimensiones y procesos de la personalidad (García, 2005, Denigri, et al., 2009).

Bajo este tenor Merunka et al (2004) realizan una similitud entre la personalidad de marca y la personalidad humana donde establecen que ambas son duraderas y ayudan a explicar y predecir las acciones de los consumidores del segmento objetivo.

La personalidad de marca refleja el significado cultural de la organización como marca; y se proporciona por medio de las estrategias de diseño y publicidad, exponiendo los valores únicos de la cultura en la que se desenvuelve; de tal forma que este significado es percibido

y asimilado en la mente de los consumidores diferente debido a las distintas culturas dónde se establece la marca (Ortiz, 2002); los significados con construidos en la mente del consumidor.

Para crear una verdadera identificación entre marca y consumidor es necesario evaluar constantemente el impacto para descubrir qué tan cerca está la personalidad de la marca del mercado meta y los consumidores reales y/o potenciales.

De tal forma, que para que un producto tenga éxito, debe tener una personalidad, debe poderse describir como una persona, los consumidores deben sentirse atraídos e identificados con dicho producto. Un producto con una personalidad de marca bien establecida trae como consecuencia un incremento en la preferencia y el uso por parte del consumidor (Schlesinger y Cerverta, 2009).

Los consumidores y su relación con las marcas²:

1. Comportamiento de Interdependencia (la marca juega un rol importante en su vida).
2. Compromiso personal (soy fiel a esta marca).
3. Amor y pasión (ninguna marca podrá remplazar a esta otra).
4. Conexión nostálgica (esta marca me recuerda algo o un lugar).
5. Conexión de auto concepto (la marca y mi imagen son similares).
6. Intimidad (se tanto acerca de esta marca).
7. Calidad de compañeros (sé que esta marca realmente me aprecia).

² JonyTony (24, Marzo 2013).

En el caso de los servicios, muchas compañías deben luchar contra la inconsistencia, la falta de significado y la falta de preferencia hacia una marca específica; para poder disminuir esto las compañías han desarrollado la comunicación como eje central para construir una personalidad de marca que los distinga e identifique (Siguaw et al., 1999). Es decir, buscan crear marcas fuertes y reconocidas en el mercado, de tal forma que se diferencien de sus competidores a través de la creación y el desarrollo de una personalidad de marca distintiva y única que otorgue ventaja competitiva (Berry, 2000).

Por lo que se debe tomar en cuenta que existen tres elementos que posicionan la identidad en un grupo social o empresa (Andrade, 2011):

1. La visión: objetivos estratégicos por cumplir a partir de su propia realidad, que se define a partir de qué se quiere ser y qué debe ser;
2. Los atributos que son los rasgos y valores que representan la posibilidad de realizar la visión y hacen posible la diferenciación institucional.
3. La cultura, es la forma de hacer las cosas, por lo que tiene que estar en conexión con la visión definida y con los atributos que caracterizan el funcionamiento de cada organización.

En particular, Cortés (2011) establece que la personalidad de una institución está definida por la cultura de marca, incluyendo el cómo se relacionan la entidad con los estudiantes, el cómo navegar en la vida académica, su campus físico, sus programas, etc., es decir, todo aquello que crea la identidad única.

A nivel académico, Restall y Gordon (1993) y Haigood (2001) definen que la personalidad de marca y la marca son facetas de la percepción de la marca, con una posible relación entre ambos, pero sin desarrollar los mecanismos de dicha afinidad.

De esta manera, se hace necesario identificar elementos que logren diferenciar de manera clara la marca universitaria para lo cual se hace necesario conocer la percepción que tienen los usuarios (estudiantes, académicos y administrativo) en relación con las características que distinguen a las instituciones donde se encuentran inmersos.

Como se puede observar a una marca se pueden ligar muchas clases de características intangibles, siendo una de ellas la personalidad de la marca. El estudio de la atribución de estos rasgos de personalidad a las distintas marcas ya que se puede entender cómo los consumidores perciben las marcas en términos de atributos humanos y con ello elaborar e implementar acciones de marketing (D'Astous & Levesque, 2003).

Objetivo

Evaluar el nivel de conocimiento (identificación de la personalidad) de la universidad con la finalidad de validar el nivel de satisfacción de los actores universitarios con la percepción de la organización, utilizando la técnica de cuestionario dirigido; con la finalidad de establecer estrategias que permitan consolidar la identidad institucional.

Problema

La falta de conocimiento de la personalidad de la UAEH conlleva a un bajo nivel de satisfacción y pertenencia de los actores universitarios, generando una baja valuación de marca.

Desarrollo

Metodología

El diseño empleado en la investigación fue transversal, ya que para obtener la información se recolectaron los datos sólo en un momento, en un tiempo único. Para el propósito de este tipo de diseño se describieron variables, analizando su incidencia e interrelación en un momento dado (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

La presente investigación fue en una primera fase el tipo descriptivo-interpretativo apoyado en una investigación documental.

De igual forma fue un estudio de alcance explicativo, ya que estuvo dirigido a responder una causa de un evento social, en particular la personalidad universitaria, para lo cual se recurrió a la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH) como medio para validar el nivel de conocimiento de la personalidad institucional de los alumnos, docentes y administrativos.

Para esta investigación, se diseñó un instrumento tipo cuestionario de 8 ítems los cuales permitieron evaluar el nivel de conocimiento (identificación de la personalidad) de la universidad, dando afirmaciones tales como: (1) la universidad representa un distintivo, (2) la universidad tiene una fuerte identidad, (3) menciona los colores universitarios, (4) menciona un evento universitario, (5) existe una adecuada difusión de los símbolos universitarios, (6) claridad en la visión, (7) difusión de la visión y (8) menciona tres valores universitarios.

Para comprobar la validez y fiabilidad del instrumento se aplicó la prueba Alfa de Cronbach obteniendo 0.882; lo cual se da por válido y aceptable.

Resultados preliminares o finales

Una vez aplicado el cuestionario a 361 integrantes universitarios se obtuvieron los siguientes resultados:

La información queda distribuida como sigue, según los datos arrojados después de la aplicación a dicha muestra (Tabla No. 1 Resumen de aplicación de instrumento por estratos): instrumentos válidos 364 de los cuales el 2.5% corresponde al personal administrativo, 23.6% al personal académico y el 73.9% al alumnado.

Tabla 1 Resumen de aplicación de instrumento por estratos

		Grupo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje e válido	Porcentaje acumulad
Válidos	Administrativo	9	2.5	2.5	2.5
	Académic	86	23.6	23.6	26.1
	o Alumno	269	73.9	73.9	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

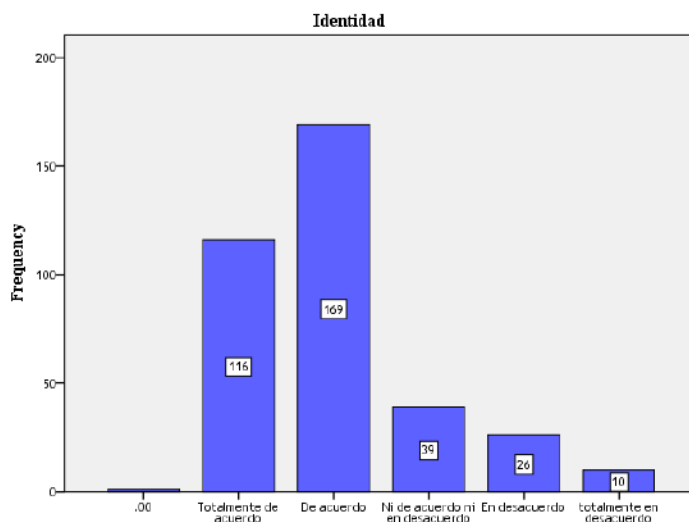
El ítem número uno (1) en el cuál se cuestionó sobre si la universidad representaba un distintivo, 315 contestaron que sí, representando un 86%, y el 11% dijo que para ellos no era representaba un distintivo (marca), el 3% no contestó dicha pregunta.

Respecto a este mismo ítem se solicitó que se explicara el porqué de la respuesta, dicho análisis se realizó por estratos de alumnos, académicos y administrativos; y por agrupación

de información de lo cual se estableció: de las respuestas afirmativas el 49.44% de alumnos, el 37.21% del personal académico dicen que sí es un distintivo porque crea identidad y el 44% del personal administrativo establece que es un distintivo porque genera prestigio el nombre de la universidad.

Las respuestas del ítem dos (2) referente a la afirmación de que la universidad tiene una identidad fuerte, el 46.42% manifiesta estar de acuerdo con esta afirmación, el 31.87% establece estar totalmente de acuerdo, el 10.71% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo; y el 9.89% está en el nivel bajo de acuerdo, es decir, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Por lo que se infiere que la personalidad de la universidad es fuerte dentro de la comunidad universitaria.

Gráfica 1 Ítem 2 - La universidad tiene una fuerte identidad



El ítem tres (3) que fue una pregunta abierta arrojó como resultado que el 96% de los alumnos, el 94% de los académicos y el 100% de los administrativos manifiestan que el

color principal de la universidad es el azul; el segundo color es blanco en el caso de los alumnos con un 60%, en los académicos el 33% establece al gris y al blanco con el mismo porcentaje y los administrativos el gris con un 67%.

La información obtenida en el ítem cuatro, establece que el evento que más recuerdan los encuestados es el aniversario de la universidad, con un 35% de los alumnos y el 33% de los académicos. Y para los administrativos es el informe del rector con un 67%. El segundo evento más mencionado es la Feria del Libro, con un 19% del alumnado, el 24% de los académicos y el 33% de los administrativos.

Las respuestas a la pregunta cinco (5) dan como resultado que el 42.31% está de acuerdo con que la difusión de los símbolos institucionales es adecuado, el 23% manifiesta estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo que se infiere que existe una difusión de los símbolos universitarios que distinguen a la institución, siendo estos un signo de identidad; sin embargo no es la adecuada, ya que se observa que el 34.33% manifiesta que no existe como tal.

Ítem seis y siete hacen referencia a la claridad de la visión y la difusión de la misma, respectivamente. En general el 73% manifiesta que es clara la visión y el 58% establecen que se difunde adecuadamente, por lo que se observa que existe la necesidad de dar una adecuada difusión de la visión de la universidad con la finalidad de que el 100% de la comunidad tenga conocimiento de ella.

En el ítem ocho (8) se solicitó mencionar tres (3) valores de la universidad, con la finalidad de identificar tres valores institucionales que se asocian más a la personalidad de los integrantes, esto debido a que la pregunta establece que mencione los que más se relacionan con el encuestado; cabe mencionar que los valores institucionales son cinco responsabilidad, honestidad, respeto, compromiso y lealtad.

Los tres valores más mencionados por los alumnos son el respeto 58%, la responsabilidad y la honestidad con un 43% ambos valores; para los académicos, la honestidad y el respeto con un 42% ambos valores y el 31% responsabilidad. Y para los administrativos el respeto con un 44%, el 33% honestidad y un 11% responsabilidad, compromiso y lealtad.

Algo particular de este ítem es que los encuestados suelen confundir el lema universitario con los valores, esto se afirma debido a que el 17% de los alumnos, el 16% de los académicos y el 44% de los administrativos mencionaron el lema en lugar de los valores, cabe mencionar que quizás esto se deba a que el lema es utilizado en todo evento y en la papelería oficial de la universidad.

Por lo anterior se identifica la imperiosa necesidad de dar a conocer los valores institucionales a los universitarios; recordando que son la bandera del actuar universitario y la base de la personalidad institucional.

Conclusiones y discusiones

Después del análisis se puede afirmar que a mayor sentido de pertenencia, un mayor conocimiento pleno de la institución (personalidad) y un adecuado posicionamiento (top mind), lo cual genera un alto nivel de satisfacción por parte de los clientes internos.

La mayoría de los encuestados manifiestan que la universidad si es un distintivo debido a que tiene una imagen y personalidad fuerte, sin embargo no se tiene una clara identificación de los colores universitarios, el evento que más recuerdan es el aniversario institucional y el informe del rector (estos eventos son los de mayor difusión; pero no los que dan una clara ventaja y reconocimiento en el mercado), de igual forma se mostró que no existe una clara difusión de los símbolos universitarios, la visión no está difundida entre el 100% de los universitarios, lo que requiere de mayor conocimiento debido a que esta establece la pauta a seguir

De igual forma el instrumento arrojó que tan solo la mitad de los encuestados la conocen dada la escasa difusión de la misma.

No existe conocimiento de valores institucionales ya que el 39% de los encuestados mencionan el lema universitario y no los valores, por lo cual se reconoce la imperiosa necesidad de difundirlos adecuadamente, siendo estos la base de la identidad, es decir, lo que distingue a una marca institucional. Sin embargo, manifiestan que los valores institucionales son acordes a sus valores personales, siendo esto una ventaja debido a que genera una mayor identificación con la institución y su actuar.

El 42% de los encuestados no conocen la misión de la universidad. Bajo este mismo tenor el 47% desconoce la historia de la universidad y el 54% no tiene un conocimiento de los logros universitarios.

Dado lo anterior se observó que, la imagen es lo que el cliente tiene en mente acerca de la institución y los factores visuales que influyen en la apropiación de dicha imagen, sin embargo, se observa que los símbolos muestran una relación negativa con esta variable nuevamente se corrobora que el desconocimiento de elementos indispensables en la institución que den una ventaja frente a la competencia debe iniciar de manera indispensable y afianzada al interior de la institución para después plasmarlo en la percepción, la construcción y apropiación en la mente del cliente objetivo (alumnos, académicos y administrativos).

Sugerencias

Las universidades deberían comprometer a sus trabajadores en un decidido reconocimiento de los valores y creencias institucionales generando un sentimiento común, para ello habrá que reforzar los comportamientos de identidad y lealtad hacia la institución.

Es preciso establecer la empresa-universidad, fijando una ventaja diferenciada utilizando la identidad e imagen corporativa, ya que para entrar en el mercado se requiere de la marca y la imagen de la marca, esto permitirá identificar la universidad bajo principios, criterios, métodos, sistemas, estilos y personalidad.

Fuentes de consulta

- Aaker, D. (1996). El éxito de tu producto está en la marca. (Best Seller). México. Prentice Hall. 80:84
- Aaker, Jennifer (1997). "Dimensions of Brand Personality" *Journal of Marketing Research*. Vol. 34. Chicago, USA. 347:356.
- Andrade, P. (mayo-junio 2011). La imagen de la Universidad Veracruzana a través de grupos de discusión. *Razón y Palabra*. 76. ITESM, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199519981008>
- Berry, L. (2000). Cultivating service brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28 (1). 128:137.
- Caprara G.; Barbaranelli C.; y Guido G. (2001) "Personality as Metaphor: Extension of the Psycho-lexical Hypothesis and the Five Factor Model to Brand and Product Personality Description". *European Advances in Consumer Research*. 3. 61:69.
- Colmenares, D.O., Schlesinger, W. y Saavedra, T. J. (abril- junio 2009). Conocimiento de Marca: Una revisión teórica. *Revista Ciencia y Técnica Administrativa*. Argentina. 8 (2). Disponible en www.cyta.com.ar/ta0802/v8n2a1.htm
- Cortés, D. (2011). Aportes para el estudio de la identidad institucional universitaria. El caso de la UNAM. *Perfiles Educativos*. 33 [spe]. 78-90. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-26982011000500008&script=sci_arttext

- D'Astous, A., & Levesque, M. (2003) "A scale for measuring store personality," *Psychology & Marketing*. 20 (5). 455:469
- Denegri, M., Cabezas, D., Herrera, V., Paez, A. y Vargas M. (2009). Personalidad de marca de carreras de psicología de universidades estatales en Chile: un estudio Descriptivo. *Revista IIPSI. Chile*. 2 (12). 13:23.
- García, C. (Agosto, 2005). Rasgos de Personalidad en Deportistas Campeones Nacionales Mexicanos. México D.F <http://64.233.179.104/search?q=cache:njqSwv01tawJ:www.ilustrados.com/documentos/presonalidaddepemex.doc+personalidad+emocional+correlacion&hl=es>
- García, M. y Bergantiños, G. (2001) Los componentes del valor de la marca: una aplicación empírica en el segmento alto del mercado automovilístico. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. 10 (2). 161:178.
- Haigood, T. (2001). Deconstructing Brand Personality. *AMA Summer Educators Conference*. 327:328.
- JonyTony (24, Marzo 2013). Personalidad del producto (La personalidad de la marca se define como la asociación de las características humanas hacia una marca en específico). Recuperado de <http://www.academica.mx/blogs/personalidad-del-producto>
- Keller, K. (2008). *Administración Estratégica de Marca*. 3ra. Edición. Pearson Educación. México.
- Merunka, D.; Ferrandi, J. M.; De Barnier, V. y Valette-Florence P. (2004) "How Well does a Human Personality Scale apply to a Brand?" *Asian Pacific Advance in Consumer Research*. 5. 53:60

- Ortiz, C. (septiembre – octubre, 2002). Dimensiones de la Personalidad de Marca en México. Segmento ITAM. [20] 4. México. Disponible en <http://segmento.itam.mx/>
- Plummer, J. (1985). Brand personality: a strategic concept for multinational advertising. En *Marketing Educators Conference*. New York. 1:31.
- Restall, C., y Gordon, W. (Mayo, 1993). “Brands-The missing link; Understanding the emotional relationship”. *Marketing and Research Today*. 21 (2). Ámsterdam. 59:68.
- Saavedra, T. J. (octubre – diciembre, 2007). Capital de marca como fenómeno cultural: el método Etnográfico como herramienta de medición en mercadeo. *Espacio Abierto*. 16 (004). 715:736.
- Schlesinger, W. y Cerveta, A. (2009). Naturaleza y dimensionalidad de la personalidad de marca en el ámbito de los servicios. Publicado en *Técnica Administrativa*. 3 (8). Buenos Aires, Argentina. Disponible en <http://www.cyta.com.ar/ta0803/v8n3a2.htm>
- Sigayw, J., Mattila, A. y Austin, J. (June, 1999). The Brand-Personality Scale, *Hotel and Restaurant Quarterl. USA*. 40. 48:55.
- Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2007) “Fundamentos de Marketing”. 14ª. Edición Mc Graw Hill. México.
- Tybout, Alice y Carpenter, Gregory (2002). “Crear y Administrar Marcas. Marketing según Kelloggs. Ed. por Iacobucci, Dawn. España. Vergara Editores/Business.

Análisis de los valores que tienen influencia en el comportamiento de los estudiantes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, con relación al consumo de bebidas embriagantes.

Mtra. Consuelo Goytortua Coyoli

Dr. Iván Hernández Ortiz

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

RESUMEN

El consumo de bebidas embriagantes en los jóvenes universitarios es un problema de salud pública cada vez más preocupante, ya que no solamente atañe a las instituciones de salud, sino también a las instituciones educativas, pues conlleva una serie de problemas sociales que afectan el desempeño del alumno y la imagen de la institución.

Es por ello, que el presente proyecto de investigación pretende realizar un análisis de los factores que motivan este comportamiento en los estudiantes, basándose en los aspectos de valores, creencias, actitudes y emociones. Al definir cuáles son los valores más importantes para los jóvenes y la forma en que ellos condicionan sus creencias, actitudes y emociones para el consumo de alcohol; se tendrá información importante sobre qué es lo que motiva este comportamiento irresponsable y excesivo en el consumo de bebidas embriagantes.

De esta manera, se podría construir o adaptar un modelo que explique estas relaciones y el comportamiento resultante y a partir de ahí, desarrollar las estrategias de mercadotecnia social que permitan crear conciencia y reforzar los valores positivos que generen un comportamiento responsable y consciente de los jóvenes ante el consumo excesivo del alcohol y sus conductas resultantes.

PALABRAS CLAVE: Mercadotecnia social, alcoholismo, estudiantes universitarios, valores

Mercadotecnia Social.

La Mercadotecnia Social es el diseño, implementación y control de programas, dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales, mediante la inclusión de factores como la planeación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados (Perez, 2004). El marketing social implica un cambio de actitudes, creencias y/o de comportamiento de los individuos o las organizaciones en beneficio de la sociedad y la transformación social debe ser el propósito fundamental de toda campaña de esta índole. La principal tarea del marketing social es identificar la necesidad social, segmentar la demanda y los donadores, definir el perfil y comportamiento objetivo o mercado meta.

La mezcla del marketing social actualmente es bien definida a través de las siete P's, las cuales se integran de la siguiente manera (Pérez, 2007):

1. **Producto social:** El producto social presenta una combinación de idea social y de un producto tangible. Este producto puede influir de manera directa o indirecta con las ideas preconcebidas, creencias, actitudes y valores de una población civil.
2. **Precio:** Es el gasto en que incurre la población objetivo al momento de adquirir el producto social, incluye costo de oportunidad, costo psíquico, el costo de espera, el costo de energía, así como los gastos monetarios.
3. **Plaza:** Una vez ubicados los segmentos de la población, se procede a buscar los medios necesarios para hacer accesible la idea social y la práctica que refuerce la conducta de las personas.

4. Promoción: Es dar a conocer el producto social, con base en el principio de informar, educar, persuadir y recordar, con el apoyo de todos los medios de comunicación y la mezcla promocional adecuada para cada campaña social.
5. Proceso: Es la prestación de los servicios o bienes, la forma en que la población objetivo adquiere los productos y servicios sociales.
6. Personal: Son las personas que tienen contacto directo con la población objetivo y de quienes dependerá en gran parte la calidez y calidad de la prestación de los servicios o productos sociales.
7. Presentación: Pulcritud de las instalaciones y lugares físicos en los que se llevará a cabo la prestación del servicio o del producto social.

Según Kottler & Roberto (1997) el marketing social es una estrategia para cambiar la conducta, combina los mejores elementos de los planteamientos tradicionales de cambio social con una planificación integrada y un marco de acción, utilizando los avances de las tecnologías de la comunicación y las habilidades del marketing.

Para diseñar iniciativas sociales de marketing y corporativas de éxito hace falta inteligencia, compromiso y delicadeza (Kottler, Hessekeil y Lee, 2012). Entre las iniciativas del marketing social encontramos las siguientes:

- Promoción de buenas causas
- Marketing con causa
- Marketing social corporativo
- Filantropía corporativa
- Voluntariado de los empleados

- Prácticas de negocios socialmente responsables

El consumo de alcohol en jóvenes universitarios.

Según un estudio realizado en 2011 por la carrera de Psicología de la Universidad Iberoamericana y publicado por Universia, sobre la percepción de los jóvenes sobre el consumo del alcohol, consideran que es algo normal y que forma parte de su entorno social para no quedar fuera de su grupo, además lo relacionan con la diversión.

Los estudiantes acostumbran consumir más alcohol durante los fines de semana para salir de la rutina de toda la semana, también lo consideran como una manera de fugarse de la realidad. La presión para mujeres y hombres para su consumo es similar, aunque la sociedad le tolera más al sexo masculino en esta práctica.

Otros datos interesantes de este estudio es que los jóvenes están conscientes del daño que representa este consumo, sin embargo piensan que no les pasará nada y continúan con esta práctica. La actitud de no consumir bebidas embriagantes esta mal vista, se considera que no puede haber diversión, no se puede convivir ni estar a gusto si no se consume alcohol.

También se implica la percepción que se esta creciendo y que pueden tomar decisiones sobre su persona. Estas motivaciones personales incluyen el sentirse más aceptado por el grupo, lo que refleja baja autoestima y una necesidad de reconocimiento social y personal muy fuerte. Los jóvenes buscan en el alcohol una forma evadir problemas o un desahogo. Actualmente los jóvenes consumen más alcohol y con mayor variedad que en otras generaciones.

Según un estudio publicado en 1999 (Rojas et al, 1999) acerca del consumo de alcohol en estudiantes de Pachuca, Hidalgo refleja que el 48% de los estudiantes de

educación media superior y superior han probado bebidas alcohólicas, y el 12.6% bebieron cantidades. Un número superior de hombres que de mujeres consume mayor cantidad de alcohol.

Valderrama y Vicente (2000) señalan que los motivos principales que el mundo juvenil o estudiantil tiene para explicar el consumo de bebidas alcohólicas son la sensación de alegría e inhibición que supera la vergüenza, la afiliación que se logra por la imitación de conductas que se imponen al propio grupo y la presión social que produce la publicidad.

Cox y Klinger (1998) postularon un modelo motivacional del uso del alcohol, señalando que esta conducta tiene un origen motivacional, ya que la persona decide de manera consciente o inconsciente consumir o no una bebida embriagante, y esta motivación debe estar estrechamente ligada a los incentivos que se tengan en otra área de su vida y a los cambios que experimenta a raíz de ellos; considerando que las expectativas están presentes antes que se consuma la bebida.

Un estudio realizado por investigadores españoles de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (Beerli et al, 2012), sobre el comportamiento de los jóvenes ante el botellón y el cannabis, concluyen que los jóvenes consideran que el beber y fumar son respuestas culturalmente cargadas de significado, por lo que les atribuyen consecuencias agradables y puede llegar a ser deseable su práctica, ya que le dan un valor hedónico. Es por ello que proponen una ética de los valores basada en lo que es bueno o malo independientemente de si es agradable o no.

También aporta esta investigación que la influencia de los valores es más racional que emocional, lo que ofrece grandes oportunidades para su gestión, ya que es más sencillo cambiar una razón que una emoción. Para ello, hay que poner atención a la relación que existe entre los valores, las actitudes y las creencias, por lo que hace importante fomentar el

sentido de la responsabilidad, la cual favorece una actitud negativa hacia el consumo de estas sustancias y disminuye el consumo excesivo del alcohol. Usando la mercadotecnia social se debe transmitir mensajes que refuercen la seguridad, la autoestima y el sentido del deber en los jóvenes.

Es importante considerar que el consumo de alcohol es una de las principales causas de muerte entre los jóvenes mexicanos. Según la publicación de La Jornada en línea, en noviembre de 2013 y con datos de la Secretaría de Salud, el alcoholismo en adolescentes y jóvenes se está convirtiendo en un problema de salud pública, al ubicarse como la cuarta causa de mortandad juvenil en México, con un porcentaje del 8.4 por ciento con respecto a la tasa de defunción total de este grupo de edad.

Las muertes por alcohol están relacionadas de manera directa por cirrosis hepática, lesiones intencionales o no intencionales, homicidios y accidentes automovilísticos. Otros efectos son la osteoporosis, daño al feto en mujeres embarazadas, daños faciales y cardiacos.

A diferencia de otros países y regiones del continente, México tiene un índice 4 de uso peligroso de consumo de alcohol, a diferencia del 3 de promedio en América Latina y el 2 de la unión americana. Así mismo los jóvenes inician el consumo de bebidas alcohólicas en una edad promedio de 13.6 años. Un problema aparte es la venta de bebidas adulteradas, que afecta gravemente al consumidor.

Datos proporcionados por el Instituto Mexicano de la Juventud IMJUVE en el 2011, los estados de la república con mayor consumo de alcohol se encuentran en la zona centro occidente, región a la que pertenece el estado de Hidalgo. A nivel nacional, el 50% de los accidentes de tránsito están asociados al abuso del alcohol. El 23% de las defunciones por accidentes automovilísticos con conductores intoxicados ocurren a los jóvenes entre 15 y

24 años. El 37% de los hombres y el 19.4% de las mujeres representa la principal causa de muerte son los accidentes y son el 32.6% de los decesos juveniles.

La edad en que los mexicanos empiezan a consumir bebidas embriagantes se ha reducido los últimos años, pasando a un 14.8% en mujeres y un 15.3% en hombres mayores de 10 años. El consumo de 5 copas o más por ocasión, al menos una vez es realizado por el 23% de los estudiantes. En costos, el tratamiento para los efectos del consumo nocivo de alcohol es de cerca de 12 millones de pesos para el sector salud, considerando que solo el 17% de las personas que cumplen el perfil de dependencia al alcohol reciben tratamiento.

Mercadotecnia Social y Alcohol

La mercadotecnia social se ha aplicado a muchas causas, tales como temas ambientales, sociales y de salud, incluyendo la conducta con respecto a las bebidas embriagantes. A últimos años se ha utilizado el marketing social para hacer frente a los daños relacionados al consumo de bebidas embriagantes, principalmente a los patrones problemático de consumo de alcohol, principalmente entre los jóvenes.

Las campañas de marketing social se han diseñado para hacer frente a este problema social y reducir el daño; principalmente enfocados a tratar el consumo de bebidas embriagantes y la conducción de automóviles, para promover el consumo de alcohol moderado y el consumo responsable del mismo.

El enfoque de la mercadotecnia social en cuanto al comportamiento de consumo de alcohol mediante la reducción de errores de percepción y atender las actitudes hacia una conducta aceptable de consumo de alcohol. En las universidades de los Estados Unidos se ha denominado este enfoque como “marketing de normas sociales”.

En lo general las iniciativas de marketing social se han diseñado principalmente para reducir la conducción de automóviles en estado de ebriedad, el consumo de alcohol en exceso entre los jóvenes y reducir los niveles de consumo de alcohol.

Estas campañas desalientan a conducir después de beber y fomentan un comportamiento alternativo mas seguro, como el conductor designado o el uso de transporte público.

Entre las campañas exitosas se pueden mencionar:

- El proyecto conductor designado de Harvard en 1988, el cual tuvo un éxito incremental pasando de 52% en 1993 de conductores designados a 64% en 1998.
- Programa Equipo de la Carretera, donde se desalienta a beber y conducir al ofrecer descuentos en paseos.
- El programa estadounidense “los amigos no dejan que sus amigos manejen borrachos”.
- En México, en el 2013 la Fundación PernodRicard, lanza la campaña “Es muy Mexicano”, con el objetivo de reducir la cifra de consumo de alcohol de los jóvenes y las consecuencias fatales.

Algunas fundaciones y organismos gubernamentales de salud, así como empresas fabricantes de bebidas alcohólicas, en su objetivo de ser socialmente responsables han puesto en marcha campañas para concientizar una conducta responsable y reducir los índices de consumo de alcohol.

Manuel Camacho, director de la agencia mexicana La Doble Vida y encargada de desarrollar campañas sobre este tema en México ha señalado que como resultado de diversas investigaciones detectaron que los jóvenes requieren mensajes claros, impactantes,

duros, que los sientan reales y que los conmuevan para llevarlos a la reflexión y, por tanto a cambiar su comportamiento.

Los programas con base comunitaria que también integran técnicas de marketing social, y han demostrado un impacto en la reducción del consumo de alcohol, pero el enfoque ha recibido poca atención. El uso de miedo o de mensajes negativos pueden tener un efecto más débil que el refuerzo positivo en las campañas de marketing social en el mundo real, sobre todo las destinadas a los jóvenes.

Si bien es cierto que los resultados del marketing social son difíciles de evaluar, los estudios individuales podrían dar resultados positivos en cuanto al cambio de percepción de los jóvenes sobre cuanto y como beben sus pares, la reducción del consumo excesivo y la reducción de percepciones erróneas acerca de beber y conducir.

La mayoría de los esfuerzos de marketing social dirigidos al comportamiento del consumo de alcohol se han llevado a cabo principalmente en los Estados Unidos, por lo que existe poca evidencia sobre la medida en que se puede transferir el marketing social a través de la cultura.

JUSTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Entre los jóvenes y de forma cada vez más intensa y frecuente, se está extendiendo una cultura recreativa basada en la experimentación del alcohol y otras drogas, esto debido a la funcionalidad de la diversión vespertina y nocturna, así como a la sobre estimulación donde la ebriedad se convierte en la finalidad de consumo y a la gran oferta que alrededor de los centros de estudio existe en cuanto a bares, cantinas, centros nocturnos, antros y expendios de licores, cervezas y bebidas.

Sin embargo, el consumo asociado a estas actividades puede asociarse a trastornos físicos, psicológicos y sociales que demandan el diseño de políticas eficaces de prevención. Interesa en este estudio analizar cuáles son los valores que influyen en la relación con el consumo del alcohol, para entender porque los jóvenes aprecian el consumo de bebidas embriagantes. Así se podrá conocer cuáles son los factores que influyen en la adopción de las conductas vinculadas al consumo del alcohol.

En cuanto a cifras proporcionadas por los Centros de Integración Juvenil en 2013, específicamente con respecto a los dos centros que se encuentran en el estado de Hidalgo, se detectan los siguientes datos:

- El consumo de primera vez consumo de alcohol en 2004 fue del 89.2%, para el 2013 representa el 96.8%; siendo que la media nacional es de 83.5%.
- La razón de consumo en el 2013 fue de 4.6 hombres por una mujer.
- Hidalgo se encuentra en la región en la que se consume más alcohol y donde el crecimiento fue mayor en cuanto a incidencia.

Por otro lado, en la ciudad de Pachuca y específicamente en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, se ha observado un aumento en el consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes, principalmente el fenómeno se da el día jueves, lo que ha ocasionado en un sin número de ocasiones los siguientes incidentes, que afectan o pudieran afectar tanto a los alumnos como a la institución:

- Ausentismo escolar y baja de calificaciones
- Deserción escolar
- Problemas familiares

- Adicciones
- Accidentes automovilísticos ocasionados por el consumo excesivo de alcohol
- Peleas y lesiones causadas por el consumo de alcohol.
- Incidencias, tales como atropellamientos, violaciones, golpes, abusos.
- Expulsiones y sanciones a alumnos
- Enfermedades graves por intoxicación
- Defunciones causadas por el abuso del alcohol

Es también preocupante la gran cantidad de establecimientos expendedores de alcohol y bebidas embriagantes, así como antros y cantinas alrededor de los centros de estudio, sin embargo esta situación no esta en manos de las autoridades académicas, sino de los gobiernos municipal y estatal.

Lo que sí puede hacer la institución, es concientizar a los estudiantes sobre el uso responsable y moderado de las bebidas alcohólicas, para prevenir los peligros que puede causar tanto a su vida personal como a la imagen y vida institucional.

A través de este proyecto de investigación, se pretende determinar en que grado los valores de los jóvenes influyen sobre sus actitudes favorables al alcohol y que determinan las creencias positivas al desarrollo del tiempo libre. De esta manera, también se desea conocer cual es el peso de la influencia que los valores tienen en las creencias que mantienen los jóvenes con respecto al consumo de bebidas embriagantes. Las emociones forman parte del factor afectivo de los valores, un ingrediente esencial, pues pueden llegar a constituir una respuesta valorativa del individuo.

Al contar con esta información y proponer o adaptar un modelo que nos permita entender y explicar los factores motivacionales basados en los valores sobre el consumo de alcohol en los estudiantes, entonces, se tendrán las condiciones necesarias para realizar y proponer estrategias de mercadotecnia social adecuadas para crear una campaña de concientización sobre el uso adecuado del alcohol, que impacte de manera importante el comportamiento del estudiante ante esta práctica.

Los alcances de este estudio pudieran ser replicados en otras universidades de la ciudad o del estado de Hidalgo, con la finalidad de obtener un perfil completo del consumo de alcohol en el estudiante universitario. Y aún más ambicioso podría ser un estudio comparativo de la situación en varios estados del país. Esto último, a través de las Redes Nacionales de Investigación.

OBJETIVOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general:

Realizar un análisis de los valores que tienen influencia en las actitudes, emociones y comportamiento de los jóvenes estudiantes universitarios de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, con relación al consumo de bebidas embriagantes, con la finalidad de comprender los factores de apreciación de los jóvenes a esta adicción y con ello, contribuir a un mayor conocimiento de los aspectos que influyen en esta conducta de consumo, ya que el éxito de los programas universitarios de prevención en el marco de la mercadotecnia social dependen del conocimiento que se tenga de los procesos que guían y determinan la conducta de las personas.

Objetivos específicos:

- Analizar los valores de los estudiantes universitarios como causa de las conductas de consumo de bebidas embriagantes.
- Estudiar la influencia de los valores de los estudiantes universitarios causantes de su comportamiento de consumo de bebidas embriagantes.
- Distinguir el papel de los valores sobre las actitudes, creencias y emociones de los estudiantes universitarios ante el consumo de bebidas embriagantes.
- Proponer o adoptar un modelo de los factores basados en valores que causan el consumo de bebidas embriagantes en los jóvenes universitarios.
- Desarrollar una propuesta de estrategias de mercadotecnia social que permitan la concientización del consumo responsable de bebidas embriagantes en los jóvenes universitarios.

METODOLOGIA PROPUESTA

Se pretende diseñar una investigación empírica basada en encuestas autoadministradas, a través de un cuestionario estructurado como instrumento de recolección de la información. Esto será aplicado a una muestra representativa de estudiantes universitarios de la UAEH de modalidad presencial que tengan entre 17 y 30 años.

Es factible utilizar una escala que mida valores en jóvenes, tales como LOV (list of values), RVS (Rocheach's values survey) o VALS (values, attitudes and lifestyles). Se deberá realizar un análisis de cuál de ellas es la más adecuada metodológicamente para el objetivo que pretendemos.

En cuanto al cuestionario, se diseñará un cuestionario que permita medir las actitudes y las creencias asociadas a los valores, así como las emociones ante el consumo del alcohol. Existen ya encuestas que miden la frecuencia y el grado de la enfermedad del alcoholismo en adolescentes y personas adultas, tales como ADI, AUDIT.

En cuanto se tenga el instrumento diseñado, se seleccionará la muestra correspondiente, considerando como población a los estudiantes del nivel superior de la UAEH en la Ciudad de Pachuca. Se usará el software estadístico SPSS para procesar los datos y realizar un análisis estadístico descriptivo y correlacional con la finalidad de probar las hipótesis.

Posteriormente y con base en los resultados obtenidos, se realizara el diseño o adopción de un modelo que permita explicar la relación e influencia de los valores sobre las variables en estudio.

Finalmente se llevará a cabo el desarrollo y propuestas de estrategias de mercadotecnia social que sean susceptibles de ser aplicadas para lograr el objetivo social que este estudio persigue.

VARIABLES

- Escala de valores de los jóvenes universitarios
- Creencias sobre el alcoholismo de los jóvenes universitarios
- Actitudes sobre el alcoholismo de los jóvenes universitarios
- Emociones sobre el alcoholismo de los jóvenes Universitarios
- Frecuencia de consumo de bebidas embriagantes por los jóvenes universitarios.

HIPOTESIS

Las hipótesis (iniciales) que se pretenden probar son las siguientes:

H1: Los valores de los jóvenes universitarios influyen en su actitud ante el consumo de bebidas embriagantes

H2: Los valores de los jóvenes universitarios influyen en sus creencias acerca del consumo de bebidas embriagantes

H3: Los valores de los jóvenes universitarios influyen en las emociones que desencadenan su consumo de bebidas embriagantes.

H4: Los valores de los jóvenes universitarios influyen en su conducta para el consumo de bebidas embriagantes

RESULTADOS ESPERADOS:

Con el presente proyecto de investigación se pretende con conocer cual es la relación que guardan la escala de valores de los estudiantes universitario con sus creencias, actitudes y emociones enfocados a la motivación para el consumo excesivo e irresponsable de bebidas embriagantes. De esta manera poder formular, adoptar y probar un modelo que relacione estas variables.

Con los resultados obtenidos se podrán proponer estrategias de mercadotecnia social que motiven el uso y consumo responsable del alcohol y con ello promover campañas de concientización entre los jóvenes estudiantes para reducir estos índices de consumo y con ello, las graves consecuencias que esto genera.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Cox, W. y Klinger, E. (1988). A motivacional model of alcohol use. *Journal of Abnormal Psychology*, 97, 168-180.

Centro Internacional de Políticas sobre el Alcohol (ICAP) (2013). *Marketing Social y Alcohol*. ICAP Issues Briefings. Washington, DC: Autor

Beerli A., Martín J., Fernandez M, Sánchez I & Díaz G. (2012). Modelo explicativo del comportamiento de los jóvenes ante el botellón y el cannabis desde la perspectiva del Marketing Social. *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, Marzo 2012. Vol. 16 No 1 (87-11)

Rojas E., Fleiz C., Medina M., Morón M. & Domenech M. (1999) Consumo de Alcohol en Estudiantes de Pachuca, Hidalgo. *Salud Pública Mexico* 199; (297-308)

Valderrama Z, J.C. y Vicente M. (2000) Alcoholismo juvenil. Recuperado el 15 de mayo de www.saludalia.com/saludalia/web_saludalia/vivir_sano/doc/alcohol_y_drogas/doc/alcohol_jovenes.html

Cox W. Y Klinger E. (1998). A motivational model of alcohol use. *Journal of abnormal Phsycology* 97, 168-180.

Centros de Integración Juvenil A.C. Hidalgo (2013) Estudios Epidemiológicos de Pacientes atendidos en Centros de Integración Juvenil A.C. Sistema de Información Epidemiológica sobre el consumo de drogas.

Pérez Romero, Luis Alfonso. Editorial Pearson Educación. Mexico (2004). Marketing Social, teoría y práctica. ISBN 970-26-0541-5.

Kotler P & Roberto E. Ediciones Díaz de Santos (1992). Marketing Social: estrategias para cambiar la conducta pública. ISBN: 84-7978-010-X

Kotler P, Hessekiel D., Lee N. Editorial LID. Primera Edición Mexico (2012). Lo bueno funciona. ISBN: 978-607-7610-49-6.

Saiz P., Portilla G., Paredes M., Bascarán M & Bobes M. Instrumentos de Evaluación en Alcoholismo. Recuperado el 12 de mayo de <http://www.adicciones.es/files/bobes.26.pdf>

Noticias Universia (9 marzo 2012). Universitarios consideran normal beber alcohol. Recuperado el 14 de mayo de <http://noticias.universia.net.mx/en-portada/noticia/2012/03/09/916756/universitarios-consideran-normal-beber-alcohol.html>

La Jornada en Línea (26 Nov 2013). Alcoholismo en Jóvenes es la cuarta causa de mortalidad en México con un 8.4%:SSA. Recuperado el 14 de mayo de 2014

<http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2013/11/26/alcoholismo-en-jovenes-es-la-cuarta-causa-de-mortalidad-en-mexico-con-8-4-ssa-2645.html>

Instituto Mexicano de la Juventud, Boletines 2011. Lanza Injuve Campaña para prevenir el uso y abuso de alcohol entre la población juvenil. Recuperado el 10 de mayo de 2014 de http://www.imjuventud.gob.mx/pagina.php?pag_id=80

Revista Merca 2.0 (8 Nov 2011). Lanzan dramática campaña contra abuso de consumo de alcohol. Recuperado el 11 de mayo de 2014 de <http://www.merca20.com/lanzan-dramatica-campana-contra-abuso-de-consumo-de-alcohol/>

Valor de marca. El caso de la telefonía celular en Pachuca, Hidalgo.

Dr. Iván Hernández Ortiz

Dra. Arlen Cerón Islas

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

RESUMEN

La importancia del valor de marca cobra cada vez más auge en este mundo globalizado en donde la presencia de las diferentes empresas se manifiesta en muchos lugares simultáneamente y todas ellas buscan innovar, ser creativas y captar la atención del consumidor. En particular, en la industria de la telefonía celular, en donde se observa una gran competencia entre las marcas que tienen presencia en la ciudad de Pachuca, Hidalgo, se muestra claramente que la mayoría de los usuarios utilizan el servicio de Telcel, y que el atributo de mayor peso que los usuarios valoran es el servicio en el caso tanto de Telcel como de Movistar, marcas que trabajan fuertemente en la zona analizada, y el porcentaje que utiliza la marca Unefon, le asigna plusvalía a la cercanía que tienen con alguno de los centros de atención que se encuentran en Pachuca. Y en general se observa una relación positiva entre el nivel de satisfacción con la marca ofrecido por la percepción de calidad y la lealtad del cliente a dicha marca.

PALABRAS CLAVE: Marca, valor de marca, telefonía celular.

INTRODUCCIÓN

La marca es lo que hace la diferencia entre una empresa y el resto de ellas, sin importar si venden el mismo producto o servicio y representa todos los atributos, tanto positivos como negativos de una compañía (Caplliure, Miquel, y Pérez, 2010).

Este atributo diferencial tan importante hoy en día, ha ido evolucionando hasta lograr una importancia emocional importante dentro de los consumidores y convertirse en una experiencia de vida, reflejada no solo en el momento de la compra sino en general en el nivel de satisfacción que se genera en los clientes que la consumen o compran (Camacho, 2007).

Con el acelerado avance de la tecnología e información, los consumidores se han vuelto más exigentes, pues son más expertos y cuentan con mayores cantidades de información y un mejor conocimiento sobre el producto, ahora basan sus evaluaciones en los atributos, sobre todo, en los aspectos más técnicos y específicos del producto y de la marca (Cerviño, 2002).

En palabras de Kotler y Armstrong (2008), para ser competitiva, la empresa debe proporcionar a sus clientes un mayor valor y satisfacción que sus competidores, dado que sólo así recibirá valor a cambio, ya sea en forma de ventas, de cuota de mercado o de beneficios actuales o futuros. En estos entornos tan altamente competitivos como los que existen en la actualidad, la innovación puede llegar a ser la mejor estrategia para asegurar la supervivencia de la empresa (Rosenbuch, Brinckmann y Bausch, 2010).

Al considerar la innovación y buscar un mayor valor y satisfacción para el cliente, la mercadotecnia afronta un nuevo reto, un cambio de paradigma orientado hacia un enfoque, de marketing corporativo Balmer (1998), es decir, un enfoque más centrado en el nivel

institucional de las organizaciones (Powell 2011; Hildebrand et al. 2011), ya que las marcas se encuentran en la mente de los consumidores y sólo algunas logran un posicionamiento dentro de ella.

El marketing corporativo es una herramienta eficaz para lograr una marca más sólida y ayudar de esta forma a los consumidores a crear diferencias perceptuales al momento de elegir una marca frente a las de la competencia y alcanzar el éxito previsto en los objetivos institucionales (Gómez, Llonch, y Rialp, 2010). De igual forma, la innovación es también una capacidad crítica para competir en el mercado (Hitt, Ireland, Camp y Sexton, 2001).

Todo esto ha generado un gran interés por el estudio del valor de marca, también llamado Brand Equity. El término Brand Equity (BE) es el valor añadido que la marca proporciona al producto, tal como lo percibe el consumidor. El valor de la marca puede considerarse como un conjunto de activos y pasivos vinculados a la misma, que incorporan o disminuyen el valor (Camacho, 2007).

El valor de marca cobra importancia en industrias que son altamente competitivas, como en el caso de la industria de la telefonía celular, en donde la competencia y número de usuarios son cada vez mayores. El uso del teléfono celular en el mundo ha crecido de manera exponencial, pasando de 4.7 billones de usuarios en 2009 a 5.9 billones de suscriptores en 2011 (ITU 2011). En México, el mercado de la telefonía móvil inició operaciones en 1987 y ha experimentado un constante crecimiento en la última década (Mariscal y Rivera 2007).

Metodología.

El tipo de estudio empleado en esta investigación es cuantitativo, descriptivo, correlacional y de diseño transversal. Surge como producto de la Red de Investigación del Consorcio de Universidades Mexicanas (CUMEX). En donde se encuentra participando activamente la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH). Es por ello que esta parte de la investigación, fue trabajada en una muestra de personas que se constituyó por los usuarios residentes y/o trabajadores de la zona centro de la ciudad de Pachuca Hidalgo. Que a su vez será complementada por la investigación coordinada por investigadores de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Campus Zona Mediate Rioverde, S.L.P., México³.

El tamaño de la muestra para esta investigación fue el resultado que se obtuvo mediante la ecuación para determinar el tamaño de la muestra para poblaciones finitas (Berenson&Levine, 2006).

$$\frac{()}{(() ())}$$

Ecuación 1. Ecuación para determinar el tamaño de muestra para poblaciones infinitas.

Dado el tamaño de muestra (196), se procedió a considerar el porcentaje de no respuesta el cual surge cuando algunas unidades que componen la muestra no responden total o parcialmente a la encuesta (Grande & Abascal, 2011). Para esta investigación se consideró un 10%, dato obtenido mediante la experiencia en estudios anteriores. Con esta información se ajusta el tamaño de muestra a 215 elementos.

³ Estudio publicado en la Revista Académica de Investigación TLATEMOANI Editada por Eumed.net No. 13 – Agosto 2013 España ISSN: 19899300 El 28 de Julio de 2013 por M.A. Ana Diana Betancourt Enríquez y Hugo Daniel Navarro Paytade la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca.

3.4 Muestreo

El muestreo empleado en esta investigación es probabilístico, polietápico, estratificado, y sistematizado.

En los métodos de muestreo probabilístico, también denominados aleatorios, todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de salir escogidos como elementos muestrales (García, 2012). En el muestreo polietápico se procede por etapas. En cada una, salvo en la última, la unidad de muestreo no coincide con la unidad que proporciona la información (Grande & Abascal, 2011). En este caso, se determinó como unidad primaria de muestreo a 30 de las manzanas situadas en el centro de la ciudad. Como unidad secundaria se contempló a las viviendas y los negocios de cada una de las manzanas seleccionadas.

Con el muestreo estratificado se determina el número de elementos a seleccionar de cada segmento, necesarios para formar una muestra representativa (Fernández, 2004), por lo que se estableció realizar un total de siete encuestas por unidad primaria.

Finalmente, en el muestreo sistemático el primer elemento seleccionado condiciona los siguientes, que son elegidos a partir del arranque aleatorio y según un salto de amplitud constante. La selección sistemática implica un número de arranque y un intervalo de muestreo (Vivanco, 2005).

Para el desarrollo de la sistematización se utilizó el modelo planteado por Buendía & Laredo (2009) en el que se establece como primer punto la ubicación del encuestador en la esquina noreste de la manzana, debiendo caminar en el sentido de las manecillas del reloj, en segundo lugar, para seleccionar la casa habitación y/o negocio, se realiza un salto sistemático.

Para esta investigación, se realizó un conteo del total de casas habitación y/o locales existentes por manzana, posteriormente, para obtener el número correspondiente al salto, se dividió este número entre el total de encuestas por unidad primaria (siete para cada una), generando un dígito adecuado para cada una de las unidades.

Habiéndose tenido en cuenta los posibles casos de no respuesta, se planteó también un mecanismo de reemplazo de estos, el cual continua con el modelo anteriormente presentado.

Este consiste en reemplazar de manera inmediata la casa habitación y/o negocio con aquella que se encuentre contigua a su lado derecho, que de ser necesario, será reemplaza por el edificio contiguo del lado izquierdo de la casa habitación y/o negocio que en un principio se seleccionó.

Cómo técnica para obtener la información se utilizó la encuesta personal.

La encuesta consiste en un conjunto articulado y coherente de preguntas que se formulan a las personas sobre la base de un cuestionario (Del Castillo, 2008).

La encuesta de tipo personal es aquella en la que el entrevistador y el entrevistado se encuentran cara a cara relleno el formulario (García, 2012).

Para esta investigación se utilizó el instrumento integrado por Ramírez (2012) a partir de los trabajos realizados por Buil, et al (2010) “Medición del Valor de Marca desde un enfoque formativo” y de Vera (2008) “Perfil de Valor de Marca y la medición de sus componentes”. Este consta de cuatro dimensiones integrado por tres ítems cada uno, las que se midieron utilizando la escala ordinal, Likert de 5 puntos: desde 1= Totalmente en desacuerdo hasta 5= Totalmente de acuerdo. También incluye variables sociodemográficas como: sexo, edad, trabaja, nivel de estudios, nivel socioeconómico, estado civil, e hijos.

Además, se considera tres tablas. La primera con la finalidad de conocer la relación entre las compañías de telefonía celular y sus atributos (imagen de marca). La segunda con la intención de comparar compañías (posicionamiento de marca). Y la tercera tabla, que tiene como objetivo indicar si los atributos de marcas de celulares son o no adecuados.

Además, se incluyen ítems para determinar la satisfacción, preferencia, y lealtad del consumidor con su respectiva marca de celular.

3.7.2 Confiabilidad

La confiabilidad de un cuestionario se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas cuando se las examina en distintas ocasiones, con los mismos cuestionarios (Bernal, 2006).

El análisis de confiabilidad de la solución encontrada se obtuvo con coeficiente Alfa de Cronbach, mediante el cual se estima la confiabilidad del instrumento de medición (Aaker, 2006).

Resultados.

De los entrevistados el 72.5% utilizan para el servicio de telefonía a la compañía Telcel, seguido de Movistar con un 15% y Iusacell con un 12.5%.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	telcel	29	72.5	72.5	72.5
	movistar	6	15.0	15.0	87.5
	iusacell	5	12.5	12.5	100.0

Total	40	100.0	100.0	
-------	----	-------	-------	--

Las marcas que consumen los entrevistados son con el 30% Samsung, el 22.5% iPhone, el 15% Motorola, el 12.5% Nokia y Sony; y tan solo el 2.5% BlackBerry.

Marcascel

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	samsung	12	30.0	30.0	30.0
	motorola	6	15.0	15.0	45.0
	nokia	5	12.5	12.5	57.5
	sony	5	12.5	12.5	70.0
	iphone	9	22.5	22.5	92.5
	blackberry	1	2.5	2.5	95.0
	otra	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Se analizaron las correlaciones que existen en cada dimensión.

En particular en la dimensión de atributos asignados a cada marca se concluyó que para los entrevistados el atributo de mayor peso en caso de Telcel y Movistar son los servicios móviles que se ofertan ($r=.81$ $p=0.00$; $r=.84$ $p = 0.00$ respectivamente), para Unefon el atributo de mayor peso es la cercanía de los centros de atención ($r=.83$ $p=0.00$) y para Iusacell son 2 atributos los que influyen cercanía de centro de atención y las promociones

que ofrece ($r=0.81$ $p=0.00$). Mostrando todos los casos una correlación positiva y un nivel de significación satisfactorio como se puede observar en las siguientes tablas:

		ATcobert	ATprecios	ATpromoc	ATcentatencion	ATmejprecios	ATservmoviles	ATvariedad
Atributos	Correlación	0.40	0.57	0.59	0.57	0.70	0.81	0.56
	Sig. (bilateral)	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
		AMcobert	AMprecios	AMpromoc	AMcentatencion	AMmejprecios	AMservmoviles	AMvariedad
Atributos	Correlación	0.75	0.65	0.69	0.75	0.78	0.84	0.71
	Sig. (bilateral)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
		AUcobert	AUprecios	AUpromoc	AUcentatencion	AUmejprecios	AUservmoviles	AUvariedad
Atributo	Correlación	0.75	0.67	0.85	0.83	0.61	0.77	0.75
	Sig. (bilateral)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
		Alcobert	Alprecios	Alpromoc	Alcentatencion	Almejprecios	Alservmoviles	Alvariedad
Atributo	Correlación	0.79	0.85	0.81	0.81	0.78	0.64	0.69
	Sig. (bilateral)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00

De igual forma se realizó una correlación de las variables: nivel de estudios, marca de celular, nivel de satisfacción, marca preferida y lealtad con la marca, con un nivel de significancia aceptable, de los cuales se obtuvo que:

1. Existe una relación positiva entre nivel de satisfacción de la marca y la lealtad con la marca ($r=0.62$, $p=0.00$)
2. Entre las variables de marca de celular y marca de preferencia existe una relación positiva aceptable ($r=0.59$ $p=0.00$)
3. Existe una relación positiva nivel bajo entre nivel de estudios y nivel socioeconómico ($r=0.49$, $p=0.00$)

		nivelestudios	Marcacel	Satisfmarc
nse	Correlación de Pearson	0.49		
	Sig. (bilateral)	0.00		
	N	40.00		
Marcapref	Correlación de Pearson		0.59	
	Sig. (bilateral)		0.00	
	N		40.00	
Lealtadmar	Correlación de Pearson			0.62
	Sig. (bilateral)			0.00
	N			40.00

Específicamente en las dimensiones de posicionamiento, donde se mide a partir de la percepción de compra por semejanzas de productos, los entrevistados mencionan que los más semejantes son Telcel y Iusacell.

	TelcelMovistar	TelcelUnefon	TelcelIusacell	MovistarUnefon	MovistarIusacell	UnefonIusacell
Posicionamiento	0.66	0.78	0.84	0.67	0.79	0.74

En la dimensión de satisfacción la variable que mayor importancia tiene es la que maneja el mejor precio, seguida de las promociones que las compañías ofrecen y la tercera en nivel de importancia es la cercanía de los centros de atención. La variable de menor peso es la variedad de equipos.

		SATCOMcobert	SATCOMprecios	SATCOMpromoc	SATCOMcentatencion	SATCOMmejprecios	SATCOMservmobiles	SATCOMvariedad
Satisfaccio	Correlación	0.74	0.73	0.83	0.79	0.87	0.73	0.70
	Sig. (bilater	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00

Específicamente en la satisfacción de marca ser observado que dicho concepto tiene más relación positiva con la percepción de que la marca les ofrece calidad, después influye la satisfacción con el servicio del producto y la tercera variable de influencia es la recompra del producto, es decir, la fidelidad a la marca.

		Satmarc1	Satmarc2	Satmarc3
Satisfaccion de marca	Correlación de Pe	0.80	0.77	0.85
	Sig. (bilateral)	0.00	0.00	0.00
	N	40.00	40.00	40.00

Referencias Bibliográficas

Balmer, J.M.T., 1998. Corporate identity and the advent of corporate marketing. *Journal of Marketing Management*, 14(8), 963-996.

Caplliure, E. M.; Miquel, M. J. y Pérez, C. (2010). “La elección de la marca del distribuidor en productos duraderos: factores de influencia”, *Cuadernos de Gestión*, Vol 10, nº especial, pp. 125-147, DOI: 10.5295/cdg.100194ec

Cerviño Fernández, J. (2002). *Marcas internacionales. Cómo crearlas y gestionarlas*, Madrid, Pirámide.

Camacho J. (2007). El valor de la marca. *Brand Equity*. Revista AMAI 15. Art. 6 pp 33 – 36

Gómez, J., Llonch, J. y Rialp, J. (2010). “Orientación estratégica, innovación y resultados en PYMES de nueva creación: el rol del marketing”, *Cuadernos de Gestión*, Vol. 10, nº especial, pp. 85-110, DOI: 10.5295/cdg.100190jg

Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M. y Sexton, D.L. (2001): “Guest editors’ introduction to special issue strategic entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation”, *Strategic Management Journal*, Vol. 22, pp. 479-491.

Rosenbusch, N., Brinckmann, J. y Bausch, A. (2010): “Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs”, *Journal of Business Venturing* (En prensa).

BusinessWeek, (2006). “Las mejores marcas globales, un ranking de valoración de marca”.

Consultado en http://www.amai.org/pdfs/revista-amai/AMAI-15_art6.pdf

El Turismo Gerontológico como una oportunidad de mercado

Mtro. Jorge Hurtado Piña

Mtra. Noemi Vega Lugo

Profesores Área Turismo, UAEH

RESUMEN

La presente investigación documental exploratoria, se refiere al tema del Turismo Gerontológico, mismo que se vislumbra sea de gran importancia en los próximos años por el crecimiento poblacional de las personas de 60 años o más y que apenas algunos estados están viéndolo como una oportunidad de mercado. Se hace un análisis de las proyecciones de población de este sector en México, una al año 2030 y otra al 2050, donde existe un crecimiento porcentual del 99.43% y del 220.48% respectivamente. Se estudian también los planes de desarrollo, tanto el estatal como el nacional, sobre las previsiones y planeaciones para la atención de estas personas, además de revisar documentos que han emitido diferentes organismos a nivel mundial sobre el tema, lo que nos permitió hacer una propuesta que presentamos al final de la presente ponencia.

Palabras clave: Adultos mayores, crecimiento poblacional, turismo gerontológico.

a) Introducción

Para llevar a cabo esta investigación se analizaron una serie de documentos como son: las proyecciones de población de adultos mayores en México emitidas por INEGI una al año 2030 y otra al 2050. Se analizaron también los planes de desarrollo, tanto el estatal como el nacional, sobre las previsiones y planeaciones para la atención de estas personas, además de

revisar documentos que han emitido diferentes organismos a nivel mundial sobre el tema, lo que nos posibilita hacer una propuesta que presentamos al final de la misma.

Se analizaron aspectos teóricos que fundamentan el estudio del turismo gerontológico así como los atractivos naturales, culturales y gastronómicos con los que cuenta el Estado de Hidalgo y que pueden propiciar que sea impulsor de este tipo de turismo.

Objetivo General:

Elaborar una propuesta mercadológica que contenga estrategias y acciones a nivel estatal para atender a este nicho de mercado representado por las personas de 60 años y mas que beneficie a las comunidades receptoras del Estado de Hidalgo a partir del año 2030.

Objetivos Específicos:

- Crear conciencia en los prestadores de servicios y en la población en general, de la importancia que representará este tipo de turismo en los siguientes años para preparar los escenarios apropiados para atenderlo.
- Facilitarle al gobierno estatal información y estrategias para que prepare las políticas públicas en los siguientes planes de desarrollo que posibilite atender a este mercado.
- Promover al turismo gerontológico como una oportunidad de mercado que permita incrementar la derrama económica en el estado en cuanto a turismo se refiere.

Problema de investigación:

Cuando nos mencionan la palabra Adulto Mayor automáticamente pensamos en sinónimos como enfermedad, cansancio, problemas mentales, cuidados especiales, molestia, en fin, una serie de acepciones equivocadas. La etapa del Adulto Mayor que va de los 60 años en adelante y que debería de verse como una etapa más de vida, la debemos ver conscientes de que hay aspectos tanto positivos como negativos, igual que en las demás como serían la niñez y la adolescencia. Por ejemplo, si los que rodeamos al niño o al adolescente no sabemos comprenderlo, comunicarnos con él o encausarlo, seguramente presentará una serie de problemas en el tiempo que duren estas etapas, pues lo mismo sucede con el Adulto Mayor, si las personas que le rodean no se comunican con él, no tratan de entender los cambios que está sufriendo como parte de este ciclo de vida, seguramente los verán como una parte improductiva de la familia y de la propia sociedad.

Diversos programas sociales se han preocupado por el bienestar del Adulto Mayor sin embargo es un hecho que falta mucho por hacer, desde infraestructura hasta actividades recreativas y culturales que sean de interés para estas personas y que les permita sentirse aun parte de una sociedad, personas útiles y motivadas para vivir en plenitud esta etapa de su vida.

Bajo esta premisa y considerando que para el año 2050 habrá más de 32 millones de habitantes en el país que tendrán 60 años y más, quienes demandaran diversos servicios, este tema se convierte en prioritario no solo para los gobiernos sino para los prestadores de servicios turísticos, quienes seguramente tendrán que modificar lo ofrecido hasta el momento.

Ante los esquemas descritos con antelación, los cuestionamientos que surgen y que serán clarificados en el presente proyecto son: ¿Existen políticas públicas que visualizan a este grupo vulnerable de la población?, ¿El estado de Hidalgo está preparado y cuenta con atractivos que pudieran ofrecer a este tipo de turismo? y ¿los prestadores de servicios están conscientes de esta oportunidad futura de negocio?

b) Desarrollo

Metodología:

La presente investigación documental exploratoria, nos pone ante un tópico desconocido o poco estudiado y novedoso, mismo que significará en un futuro cercano un cambio de paradigma de toda la sociedad y sus componentes.

Las variables a analizar en esta investigación son: turistas, atractivos del Estado de Hidalgo que pueden ofrecerse a los adultos mayores, tipos de servicios, facilidades que da el gobierno para la atención del adulto mayor en cuanto al turismo, operadoras que atienden a este nicho de mercado y accesibilidad a los servicios del adulto mayor.

Por otra parte, para el presente trabajo se consideran las siguientes Hipótesis:

- “Existen políticas públicas dictadas por el gobierno en materia de turismo gerontológico, sin embargo no se están preparando los diversos escenarios para su implementación”.
- “El Estado de Hidalgo por su ubicación geográfica y los atractivos naturales, culturales y gastronómicos con los que cuenta, es propicio para desarrollar turismo

gerontológico, siendo este nicho de mercado el adecuado para diversificar la oferta turística e incrementar la derrama económica en el mismo”.

Resultados:

Como primera parte de esta investigación, se analizaron una serie de documentos que nos permitieron identificar el status y proyección de los Adultos Mayores al año 2050.

Considerando los datos encontrados en el Informe de la Segunda Asamblea Mundial sobre el envejecimiento de las Naciones Unidas, Nueva York 2002, celebrada del 8 al 12 de abril de ese mismo año en Madrid, España, se cita en los diversos artículos emitidos, el aumento de la esperanza de vida en muchas regiones del planeta; se reconoció de igual forma, que el mundo está experimentando una transformación demográfica sin precedentes y que, de aquí al 2050, el número de personas de más de 60 años aumentará de 600 millones a casi 2.000 millones. Ese incremento será mayor y más rápido en los países en desarrollo, donde se prevé que éste sector de la población se multiplique por cuatro en los próximos 50 años. Se proyecta que el envejecimiento poblacional deberá ser prioridad para los países en desarrollo ya que crecerá rápidamente en la primera mitad del siglo XXI y se espera que para el año 2050 el porcentaje de personas de edad aumente del 8% al 19%, mientras que el de niños descenderá del 33% al 22%.

De acuerdo al Diagnóstico Socio-demográfico del envejecimiento en México, emitido por el Consejo Nacional de Población en octubre de 2011, el envejecimiento de la población en México es uno de los retos más importantes que enfrentará el país durante la primera mitad de este siglo. Se pronostica que en un corto tiempo la población en edades avanzadas aumentará respecto a otros grupos de edad, lo que implicará cambios en las capacidades de

trabajo y de producción, así como en la demanda de bienes y servicios, de salud, de seguridad social y de relaciones familiares.

En el Programa Nacional de Población 2008-2012 (PNP 2008-2012), se reflejó también la preocupación para atender el tema, se reconoció la necesidad de adaptar a muchas de nuestras instituciones como las de seguridad social y salud, e incluso la familia, para dar respuesta a una creciente población de adultos mayores.

Con base a los datos arrojados por INEGI, en el IX Censo General de Población y Vivienda 2010, se cita que la disminución de la proporción de población en edades (0-14) impactó a partir de 1970, y se espera que dicha tendencia se mantenga hasta 2050 en el patrón señalado. El incremento en la proporción del grupo de edad de entre 15 a 64 se da hasta 2020, donde se ubica en el máximo nivel para que a partir de 2020 empiece a descender. El grupo de 65 o +, tuvo poca participación en el siglo pasado, pero después cobra notoriedad y se proyecta un gran crecimiento en el presente siglo, indicando un futuro de envejecimiento poblacional.

Otra manera de explicar demográficamente el envejecimiento de la población es a través del incremento en la esperanza de vida, misma que se considera como el promedio de años que le resta por vivir a un grupo de personas de una misma edad. Según datos expresados en el Diagnóstico socio - demográfico del envejecimiento en México (2011), el crecimiento observado en la esperanza de vida es significativo ya que en 1970 las mujeres que habían cumplido 65 años de edad, tenía una esperanza de vida de 14.8 años ($65+14.8= 79.8$ años),

la cual sube a 18.3 en 2010 ($65+18.3= 83.3$ años) y se proyecta que sea de 19.6 en el 2050 ($65+19.6= 84.6$ años). En el caso de los hombres las cifras son menores.

Por otra parte esta misma institución contempla que para 1970 se consideraba la existencia de 8 viejos por cada 100 jóvenes, en 2000 estamos hablando de 13.7 viejos, en 2010 se tenían 21.4 viejos y finalmente para el 2050 se tendrán 130 viejos por cada 100 jóvenes.

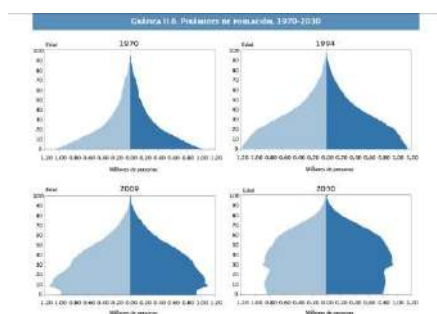
El Programa de Acción para la Atención al Envejecimiento emitido por la Secretaría de Salud en 2001, ve al envejecimiento de la población como uno de los fenómenos de mayor impacto del siglo XX, demográficamente hablado; menciona el aumento de las personas de 60 y más, con un incremento cada vez mayor de la esperanza de vida al nacimiento.

Dentro del citado documento se maneja el que en 2001, existían en el mundo más de 416 millones de ancianos. Para el año 2025, los mayores de 60 años representaran el 12% de los habitantes del planeta. De éste total de ancianos, el 72% vivirá en los países en desarrollo. Se esperaba que la esperanza de vida al nacimiento en Latinoamérica, se incrementara de los 64.1 años que se tuvieron durante 1985, a 71.8 años para el año 2025.

De acuerdo a los datos emitidos por el gobierno federal en septiembre de 2009, dentro de la XLII Sesión de la Comisión de Población y Desarrollo de las Naciones Unidas, en la sede del Fondo de Población de las Naciones Unidas en la ciudad de Nueva York, los jóvenes de entre 15 y 24 años representaron cerca del 19% del total de la población mexicana en 2008. En general, se espera que el número de adolescentes en el país comience a disminuir de manera constante alrededor de 2012, mientras que la población de entre 20 y 24 años de

edad comenzará a descender a partir de 2015, aproximadamente. El grupo de menores de 15 años ha tenido una tasa de crecimiento negativa desde 2000 y su número también comenzó a disminuir.

En esta misma XLII Sesión se citó que el reto del siglo XXI será el envejecimiento de la población, como puede observarse en la grafica No.1 Fuente: Estimaciones del CONAPO.



[http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Informe de Ejecucion Programa de Accion de la Conferencia Internacional sobre la Poblacion y el Desarrallo 1994-2009](http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Informe_de_Ejecucion_Programa_de_Accion_de_la_Conferencia_Internacional_sobre_la_Poblacion_y_el Desarrallo_1994-2009), documento consultado en agosto del 2013.

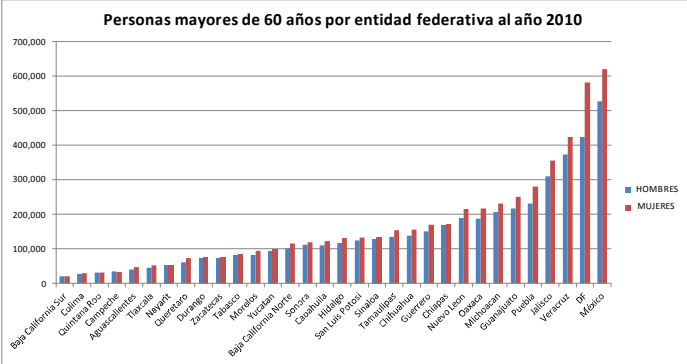
En relación a la composición de los hogares este documento muestra que en el año 2000 alrededor del 23.1% de los hogares mexicanos contaban por lo menos con un adulto mayor; para 2006 el porcentaje se incrementó a casi 24.6%. De igual manera los hogares conformados por un solo adulto mayor también representaron un aumento que va del 5.3 al 6.4%.

De acuerdo a los datos arrojados por el Censo Nacional de Población (CONAPO), se tienen los datos siguientes de los adultos mayores: para el año 2010 un total de 4,674,986 Hombres y 5,360,919 mujeres; para 2030 se proyecta que habrán 9,048,352 hombres y

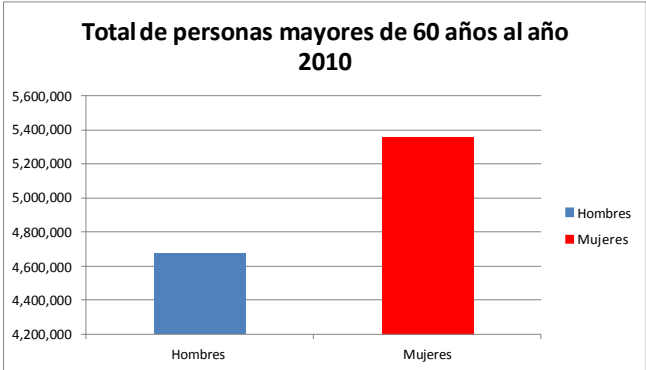
10,966,501 mujeres; en el año 2050 se espera que estas cifras aumenten a 14,130,731 hombres y 18,032,543 mujeres. Considerando cifras totales tendremos que en el año 2010 los adultos mayores conformados por hombres y mujeres de 60 años y más, fue de 10,035,905; para el 2030 serán 20,014,853 y para el 2050 se espera un total de 32,163,273 lo que representará un aumento en la población de adultos mayores de 2010 al 2050 de veintidós millones, ciento veintisiete mil trescientas sesenta y nueve personas. Si estas cifras las traducimos a porcentaje, tenemos que el incremento porcentual de personas de 60 años y más de 2010 a 2030 será del 99.43% y del 2010 al 2050 del 220.48%

Considerando la población total en México, tenemos que en 2010 éramos 113.462.004 de habitantes de los cuales 8.85% está representado por adultos mayores, en 2030 se proyecta una población de 136.955.288 de la cual el 14.61% serán personas de 60 años y más; para 2050 habrá un total de 150, 622,767 habitantes de los cuales el 21.35% serán adultos mayores (32,163,373).

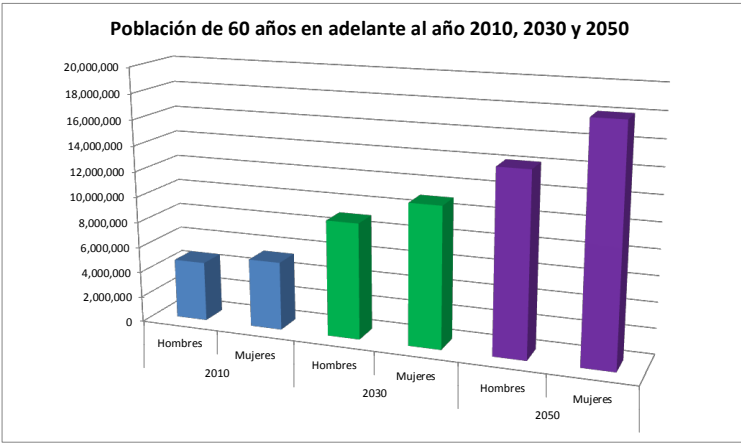
Lo anteriormente expuesto puede verse en las graficas No. 2, 3, 4 y 5



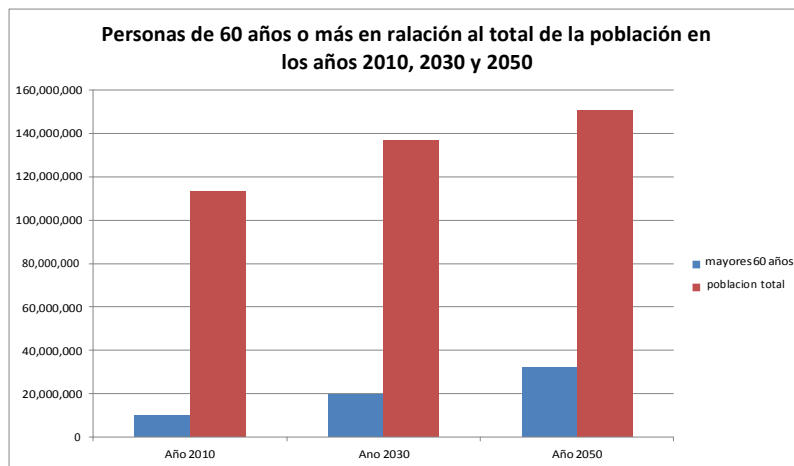
Grafica No. 2. Personas mayores de 60 años por entidad federativa al año 2010. Fuente: Elaboración propia. Jorge Hurtado Piña, Profesor Investigador del ICEA, con datos del CONAPO, “Proyecciones de población 2010 – 2050”, documento consultado en agosto del 2013.



Grafica No. 3. Total de personas mayores de 60 años al año 2010. Fuente: Elaboración propia. Jorge Hurtado Piña, Profesor Investigador del ICEA, con datos del CONAPO, “Proyecciones de población 2010 – 2050”, documento consultado en agosto del 2013.



Grafica No. 4. Población de 60 años en adelante al 2012, 2030 y 2050. Fuente: Elaboración propia. Jorge Hurtado Piña, Profesor Investigador del ICEA, con datos del CONAPO, “Proyecciones de población 2010 – 2050”, documento consultado en agosto del 2013.



Grafica No. 5. Personas de 60 años o más en relación al total de la población en los años 2010, 2030 y 2050. Fuente: Elaboración propia. Jorge Hurtado Piña, Profesor Investigador del ICEA, con datos del CONAPO, “Proyecciones de población 2010 – 2050”, documento consultado en agosto del 2013.

El INAPAM se constituyó como el órgano rector de las políticas públicas de atención para las personas de 60 años de edad y más, con un enfoque de desarrollo humano integral en cada una de sus facultades y atribuciones.

Sus principales objetivos son proteger, atender, ayudar y orientar a las personas adultas mayores. Orienta sus esfuerzos a fomentar la asistencia médica, asesoría jurídica y opciones de ocupación; proporciona a sus afiliados una credencial que les permite el otorgamiento de descuentos en diversos establecimientos ubicados en todo el territorio nacional.

Por otra parte, en 2007 se implementó el Programa de Atención a los Adultos Mayores de 70 Años y más en Zonas Rurales, a cargo de la SEDESOL, que atiende a los beneficiarios que habitan en localidades de hasta 10 mil habitantes.

De acuerdo a la publicación del 5 de julio del 2013 en el periódico el Independiente de Hidalgo, el Consejo Estatal de Población (COESPO) estimó que para 2030 habrá 3 millones 329 mil 765 hidalguenses, de los cuales 47.9 por ciento serán hombres y 52.1 mujeres. De acuerdo con información de la dependencia estatal, en dicho año el ritmo de crecimiento de la población en la entidad disminuirá respecto al actual en 0.76 por ciento y solo aumentará ocho habitantes por cada mil hidalguenses. La COESPO informó que el grupo de 65 años y más en 2013 era de 192 mil 326, pero en 2030 la cifra aumentará a 340 mil 40 personas. “Por lo tanto, estamos inmersos en un proceso de envejecimiento, ya que el número de adultos mayores aumentará en 80 por ciento”, señaló la dependencia en comunicado. Otro de los pronósticos es el aumento en habitantes por kilómetro cuadrado (hab/km^2) para 2013: $134.4 \text{ hab}/\text{km}^2$, ubicándose para 2030 en $160.1 \text{ hab}/\text{km}^2$. Asimismo la esperanza de vida sufrirá crecimiento pues pasará de 74.08 a 76.51 años en dicho periodo. Las proyecciones de población muestran que la tasa bruta de natalidad para 2013 era de 19.82 nacimientos, mientras que para 2030 será de 15.95 nacimientos por cada mil habitantes; paralelamente a este hecho, la tasa global de fecundidad es de 2.31 hijos, y para 2030 será de 2.12 hijos por mujer en edad reproductiva. La COESPO también prevé que la tasa de mortalidad infantil descenderá de 13.92 en el año 2013 a 9.13 muertes de menores de un año por cada mil nacidos vivos en el 2030.

Respecto a las oportunidades para el desarrollo del turismo gerontológico en el Estado de Hidalgo, éste tiene potencial para atender a este tipo de turismo, a través del aprovechamiento de sus recursos naturales, culturales e históricos, entre otros: la historia de la minería, el fútbol, la gastronomía, la charrería y tradiciones. Su estratégica ubicación geográfica le permite colindar con los estados de México, Puebla, Tlaxcala, Veracruz, San

Luis Potosí y Querétaro por medio de la infraestructura carretera y ferroviaria que posibilita una fácil accesibilidad a los puntos económicos y comerciales de mayor relevancia en México.

La dinámica económica del estado registra como sectores de mayor importancia, a los servicios con una aportación al PIB estatal del 34.49%, a la industria manufacturera con 28.22%, al comercio con 10.84%, al transporte y las comunicaciones con 7.8%.

De acuerdo con las cifras que maneja el Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016, en el Estado se practican ocho tipos de turismo de los nueve que establece la Organización Mundial de Turismo y se cuenta además con tres zonas arqueológicas, 13 conventos de la orden Franciscana y 20 de la orden Agustina del siglo XVI, 30 museos, más de 100 haciendas mineras y pulqueras, 24 desarrollos ecoturísticos, 431 hoteles, 9,298 habitaciones, 629 restaurantes-bar, 77 balnearios, 181 bares, 73 discotecas o centros nocturnos, 92 agencias de viajes, 5 ranchos cinegéticos, 75 arrendadoras y transportadoras, así como un campo de golf. Esta infraestructura se encuentra en los ocho corredores turísticos existentes; el de la montaña, los balnearios, las haciendas, los cuatro elementos, la Sierra Alta y Huasteca; la Sierra Gorda, el Urbano de Pachuca y el Tolteca.

Hidalgo es el segundo estado del país que cuenta con más aguas termales siendo su temperatura promedio 38°C, aunque en algunos sitios alcanzan los 80° debido a que debajo de esta tierra existen grietas y ríos de magma que calientan los mantos acuíferos y los enriquecen con minerales. Las sustancias que se integran al agua durante su calentamiento son muy relajantes y saludables, por lo que se han popularizado sus propiedades terapéuticas.

En el Estado de Hidalgo se encuentra el corredor de Balnearios, que incluye las zonas de: Ixmiquilpan, Tecozautla, Mixquiahuala y Actopan. Hay 20 balnearios que se localizan en este corredor: EL Tephé, EL Te-Phate, Dios Padre, Parque Ecoalberto, El Paraiso, Parque Acuático Valle Paraíso, El Géiser, Parque Acuático Ecológico Tlaco, Balneario el Bosque de las Ánimas, Balneario Gandhó y Balneario Grutas de Tolantongo

Conclusiones:

Es un hecho que los Adultos Mayores deben integrarse a la sociedad de una manera más dinámica de lo que hasta hoy se ha hecho, deben formar parte activa del mercado del consumidor, que actualmente se centra en el joven, pero hay que considerar que para el año 2030 la situación debe de cambiar y poner más atención a los adultos mayores, en aquellos que nos enseñan en base a su experiencia y que no podemos seguir ignorándolos.

El turismo gerontológico debe ser considerado tanto por el sector público como por el privado como una modalidad de turismo a desarrollar y una magnífica oportunidad de mercado, ya que hasta el momento pese a que existen políticas públicas dictadas por los gobiernos federales y estatales para este sector de la población, también es cierto que el discurso dista en gran medida de los hechos.

Por otra parte cabe acotar que los prestadores de servicios si bien es cierto están haciendo su mejor esfuerzo por acondicionar sus instalaciones y proporcionar un servicio adecuado a este sector, también lo es que falta mucho por hacer.

El estado de Hidalgo por su ubicación geográfica permite es una buena opción para ser visitado por este tipo de turistas, cuenta con atractivos propios para ellos como son 77 balnearios, 33 de ellos con aguas termales que contienen propiedades curativas para ciertos males propios de la edad, sin embargo la gran mayoría de ellos no cuentan con la infraestructura apropiada para proporcionarle un servicio de calidad; no se tienen estudios del perfil del visitante o de las condiciones de la oferta turística y lo que es más grave, existe poco interés por parte de los prestadores de servicios turísticos y de los gobiernos estatal y municipal por este sector de la población.

Como se ha podido observar a lo largo del presente trabajo, en el año 2050 una de cada cinco personas será adulto mayor, lo que implicará cambios profundos en nuestra manera de vivir y convivir. La pregunta que entonces surge y que requerirá de una respuesta seria y rápida por parte de todos los que estamos involucrados seria: ¿somos conscientes los mexicanos de ésta situación?

Finalmente y para concluir, las políticas públicas deberán regirse por la leyenda “Para todos”, con una filosofía basada en la igualdad de derechos de todas las personas; deberán considerar al adulto mayor como un sector turístico al que se deberán de atender, sobre todo por la importancia estadística que su número representará, más de una quinta parte de la población total de México en el año 2050.

c) Fuentes de consulta

[1] Gobierno del Estado de Hidalgo. (2011). *Plan Estatal de Desarrollo 2011 – 2016*. México. Disponible en: <http://seplader.hidalgo.gob.mx/PED/home.html>, consultado en agosto del 2013.

[2] Gobierno Federal. (2009). *Informe de ejecución del Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre la población y desarrollo 1994-2009*. México. Disponible en: <http://www.objetivosdesarrollodelmilenio.org.mx/ODM/Doctos/Inf9409.pdf>, consultado en agosto del 2013.

[3] Gobierno Federal. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018*. México. Disponible en: <http://pnd.gob.mx/>, consultado en agosto del 2013.

[4] Consejo Nacional de Población. (2011). *Diagnostico Socio-demográfico del envejecimiento en México. Serie documentos Técnicos*. México. Disponible en: http://www.unfpa.org.mx/publicaciones/Envejecimiento_F_14oct11.pdf, consultado en agosto del 2013.

[5] Encuesta Nacional sobre Discriminación en México. (2011). *Resultados sobre personas adultas mayores editada por el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación y el Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores*. México. Disponible en: http://www.inapam.gob.mx/work/models/INAPAM/Resource/Documentos_Inicio/Enadis_2010_Inapam-Conapred.pdf, consultado en agosto del 2013.

[6] Naciones Unidas. (2002). *Informe de la Segunda Asamblea Mundial sobre el envejecimiento*. Madrid, España: Disponible en:

http://www.monitoringris.org/documents/norm_glob/mipaa_spanish.pdf, consultado en agosto del 2013.

[7] Secretaria de Salud. (2001). *Programa de acción: Atención al envejecimiento*. México. Disponible en: <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos/envejecimiento.pdf>, consultado en agosto del 2013.

Referencias electrónicas:

<http://www.sectur.gob.mx/>, consultado en agosto del 2013.

<http://www.inegi.org.mx/>, consultado en agosto del 2013.

http://www.inegi.org.mx/lib/centrosfin.asp?c=11&s=prod_serv&enti=13, consultado en agosto del 2013.

http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/COCOEf_2013, consultado en agosto del 2013.

<http://www.tabasco.gob.mx/>, consultado en agosto del 2013.

Creación de un modelo para la elaboración de la imagen corporativa de las MPyMES, del Estado de Hidalgo.

María Herminia Laura Jiménez Guadarrama

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

RESUMEN

La importancia de la creación de la imagen corporativa es la identificación-recordación con todos sus stakeholde, que son los que pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa, este es el primer eslabón para posicionar las empresas en el mercado.

Teniendo presente que este trabajo busca beneficiar a las empresas más pequeñas, MPyMES, debido a que son la base de la economía de este país, sus métodos de trabajo es empírico, dirigidos por sus propios dueños, abastecen un mercado pequeño, cuando mucho regional, su producción es poco sofisticada o tecnificada, su planta de empleados esta formada por la misma familia, por lo que se les conoce como empresa familiar.

Esto provoca que no tengan el capital o la mentalidad para invertir en la creación de una imagen propia, por lo que se plantea como una necesidad imperante capacitar a los futuros profesionistas, para que sean ellos los que sean el inicio de esto; ya que su mayor desafío es la ampliación de sus negocios, operaciones, así como el incremento de sus ventas, clientes y sistemas de distribución. Esta consolidación ayudará a tener una economía más fuerte en el Estado de Hidalgo.

Aunque hay negocios que nunca tuvieron o tendrán la soñada imagen, debido a sus carencias económicas, y es un gasto que no es fácil sufragar, motivo por el cual no le ven la importancia porque no conocen sus privilegios de tenerla.

El reto de los profesores universitarios es trabajar con estas empresas, para que conozcan sus beneficios y vislumbren la importancia de esto.

Palabras claves:

Imagen corporativa.

MPyMES.

Hidalgo.

Planteamiento del Problema

Cuando el hombre se hizo sedentario y empezó a utilizar el comercio, los pocos productos existentes no poseían una marca, debido a que eran de fabricación casera, las empresas que empezaban a funcionar, eran muy localista, en sus sistemas de distribución, esto generaba, que los habitantes de una comunidad, conocía perfectamente los bienes que se ofertaban, si las personas tenían movilidad social a otra región, tenían que adquirir productos y/o servicios de diferentes productores. El mismo efecto operaba en sentido inverso, el comerciante sabía con exactitud quién o quiénes adquirirían su mercancía, con qué frecuencia, así como la cantidad de satisfactores que acostumbraban consumir, luego entonces la mayoría de los productos adolecían de envase y embalaje.

Actualmente las empresas y los empresarios viven un nuevo entorno, definido en parte por la macroeconomía, la política neoliberal y la globalización. Sin importar su tamaño, así que no pueden seguir usando las practicas pasadas para administrarlas.

Ellos deben observar la importancia de la imagen corporativa es la identificación con todos sus públicos, y ser el primer eslabón para posicionar las empresas.

Si cada una de las microempresas empieza a buscar su propia imagen, se buscará que tenga una filosofía, en un futuro una cultura y sobre todo que haga uso de la mercadotecnia, como una primera opción para crecer, y no como un gasto. Aunque la realidad de este país es diferente, ya que aquí primero se inicia el negocio y después se le busca, la imagen. (Pintado, B. Y Sánchez, H. 2013)

Las microempresas todavía no vislumbran la importancia de construir la imagen corporativa, debido a sus carencias económicas, y es un gasto que no es fácil sufragar, motivo por el cual no le ven la importancia que tiene.

Pregunta de Investigación

La presente propuesta tiene como pregunta central:

La creación de un modelo para la elaboración de la imagen corporativa de las MPyMES, del Estado de Hidalgo.

¿Qué elementos debe tener el modelo para la creación de la imagen corporativa de las MPYMES hidalguenses?

Las preguntas específicas son las siguientes:

¿Qué elementos mercadológicos deben ser utilizados para la creación de la Imagen corporativa de las MPYMES?

¿Qué elementos comunicativos-semióticos deben ser utilizados para la creación de la Imagen corporativa de las MPYMES?

¿Qué estudios cualitativos y cuantitativos deben ser utilizados para la creación de la Imagen corporativa de las MPYMES?

¿Qué elementos de diseño gráfico deben ser utilizados para la creación de la Imagen corporativa de las MPYMES?

Justificación

El ser humano es social por naturaleza, cada actividad que él realiza lo hace en grupo, y no es la excepción la actividad económica, a lo largo de la historia, ha creado empresas; de diversos tamaños, y variadas actividades, pero las que interesan para esta investigación son las más pequeñas de las más pequeñas.

La importancia de la microempresa es su capacidad de influir en el entorno y el mercado de una manera limitada, ya que abastece solo mercados locales, por lo que es restringida su cuota del mercado; ya que adolecen de baja capacidad financiera, para autofinanciar sus inversiones, carece de tecnología de punta, pero no por eso, no cumple con satisfacción el nivel tecnológico de sus instalaciones, o de sus productos y/o servicios. (OECG 2013).

Habitualmente se ha dicho que apoyaban al desarrollo económico únicamente mediante la creación del empleo, así como generar ingresos más equitativos además de desarrollar ingresos en zonas apartadas de las grandes ciudades.

Sin embargo, últimamente y especialmente en los países más desarrollados, se ha reconocido el hecho que realmente juega un rol mucho más importante que el pensado con anterioridad. Se ha descubierto que el sector provee contribuciones significativas al PIB y a las exportaciones de bienes manufacturados a nivel mundial. También han sido reconocidas como importantes fuentes de innovación y como incubadoras de grandes empresas de mucho éxito. (Nayar, 2013)

Las dos principales debilidades son su estructura financiera y la escasez de capital de trabajo, así como la carencia de recursos humanos altamente capacitados o hábiles. (CEPAL, 2013)

Estas empresas se enfrentan a problemas antes de iniciar actividades, como es la burocracia para que se les otorgue permisos, licencias, además de ser caros, son arduos. Se adolece de un marco legal para transacciones comerciales y resolución de disputas de procesos de contratación y despidos difíciles y además costosos, así como inapropiada protección intelectual, al mismo tiempo de una carga tributaria excesiva.

Heriberto Félix, subsecretario de Fomento Empresarial, en el “Foro Región Es México” organizado por la Confederación Patronal Mexicana (Coparmex) afirmó que 65% del comercio en México se desarrolla en las microempresas, aunque la mitad de los empleos se ubican en las microempresas, este sector sólo aporta 15% del Producto Interno Bruto (PIB), Las micro, pequeñas y medianas empresas suman 4 millones de negocios en México, de los que dependen 12 millones de personas, El sector aporta 52% del PIB nacional, mientras el resto lo generan las grandes empresas, que suman sólo 7 mil 900. (El Universal art. 49408).

La mayoría de las personas creen que Imagen Corporativa (I.C) es sinónimo de logotipo o conocer la imagen que tiene la empresa, respecto a su competencia sin darse cuenta que es mucho más.

La exigencia es mayor porque la situación de los mercados actualmente se encuentra en una etapa madura, por lo que se puede observar, con una homogenización y saturación de productos y/o servicios, a fin de incrementar el consumo, esto llevan a cabo, por medio de la contaminación visual que exponen a diario a las personas; esto tiene como repercusión que la sociedad este evolucionado y cada día sean más exigente.

Esta sobre saturación de información del mercado provoca que las personas no recuerden la infinidad de productos, servicios y empresas que están en el mercado ofertando sus servicios o productos, y no logran encontrar la diferenciación entre cada uno de estos. Esto es la razón de aplicar la imagen corporativa.

Las personas beneficiadas con esta investigación son los alumnos de las Licenciaturas de Mercadotecnia, Ciencias de la Comunicación, además de las MPyMES del Estado, debido a que nuestra población estudiantil, es originaria de los diversos municipios y localidades del Estado de Hidalgo.

Es de vital importancia recalcar que este estudio de viable debido a que las dos licenciaturas cuentan con las salas de computo, Mac, con el software especializado que requiere, con jóvenes universitarios comprometidos con su sociedad; y con infinidad de MPyMES que necesitan urgentemente ayuda.

Objetivo General

Crear un modelo para la elaboración de la imagen corporativa de las MPyMES, del Estado de Hidalgo.

Objetivos Específicos

- Identificar los elementos comunicativos-semióticos que conforman la imagen corporativa.
- Determinar los conocimientos mercadológicos a utilizar.
- Aplicar investigación cuantitativa- cuantitativos.
- Utilizar los conocimientos del diseño gráfico.

Hipótesis

Esta investigación utilizo una hipótesis de investigación de tipo correlacional que dice así: El uso de los conocimientos de comunicación y la semiótica así mismo la investigación de los gustos de los clientes, el nivel de involucramiento los empleados y el uso del diseño gráfico determinaran la eficacia para alcanzar la creación del modelo para construir la imagen corporativa de las PyMES.

La hipótesis nula se construyó de esta manera: La carencia de los conocimientos de comunicación y la semiótica así mismo la investigación de los gustos de los clientes, el nivel de involucramiento los empleados y el uso del diseño gráfico determinara el fracaso para la creación del modelo para construir la imagen corporativa de las PyMES.

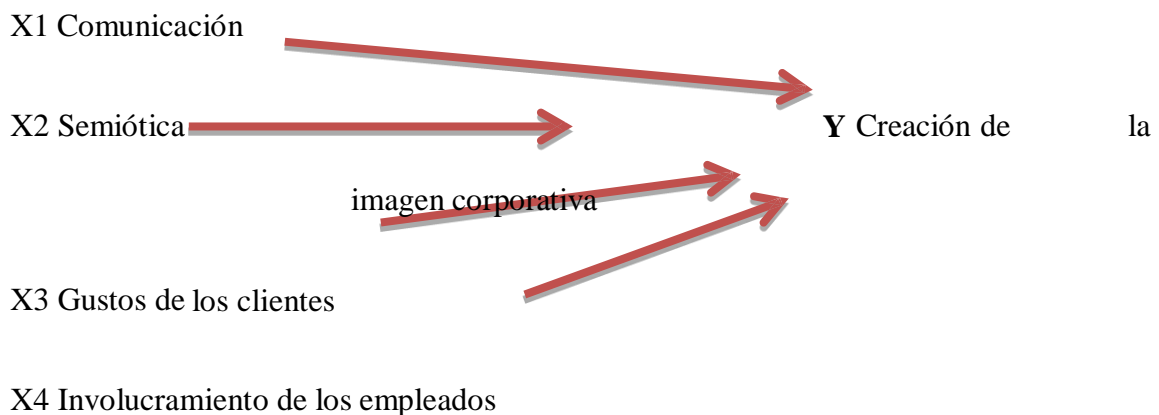
Alcance de la Investigación.

El tipo de estudio que se trabajo fue de tipo cuantitativo; y el alcance de esta es descriptivo, ya que se buscó especificar las propiedades, características, los perfiles de los trabajadores, y clientes de esta microempresa familiar, que se sometió a un análisis; a fin de mostrar con precisión todas las aristas en la creación de la Imagen. (Cegarra, 2011)

El diseño de esta investigación es no experimental, transeccional exploratorio.

Variables

Las variables independientes serán manejadas con la letra(X), mientras que la variable dependiente será tratada con la letra (Y).



Definición Espacial y Temporal.

Este proyecto investigativo se sitúa en una universidad pública del Estado de Hidalgo, México, específicamente

dentro de las Licenciaturas de Mercadotecnia y Ciencias de la Comunicación del área de énfasis de organizacional, que son impartidas de manera presencial, licenciaturas que necesitan posicionar a las empresas en un mundo hiper: comunicado y competitivo; lo que

provoca que las más pequeñas de las pequeñas empresas se encuentren en una gran desventaja competitiva.

Los alumnos de la licenciatura de Mercadotecnia en la asignatura del mismo nombre, que se imparte en cuarto semestre, y en la licenciatura de Ciencias de la Comunicación en la asignatura de Consultoría organizacional, que se imparte en el octavo semestre; deberán buscar este tipo de empresas, que como regla general, carecen de toda idea y dinero para elaborar la soñada imagen, ellos deben entrevistarse con los dueños de las empresas, a fin de realizar un diagnóstico y así empezar a trabajar de forma tripartita: empresa-alumnos-catedrático. Al final del semestre el alumno logro el acometido, lo que genera un beneficio invaluable a la sociedad hidalguense.

Es importante mencionar que el empresario se ve doblemente beneficiado ya que la creación de la imagen de su compañía, no se cobra, ya que el estudiante aprende de un caso real, por lo cual no desembolsa ninguna cantidad de dinero.

Los alumnos de estas licenciaturas deben apropiarse de la metodología aprendida, a fin de lograr un modo vivendus. La técnica la deben aprender durante el transcurso del semestre, para al final de este, sea su entrega.

La temporalidad que propone el investigador esta propuesta será el primer semestre del 2014, la cual se describe en el cronograma que se presentará a continuación.

Ambas licenciaturas a pesar de estar ubicados en dos institutos distintos, Mercadotecnia en el Instituto de Ciencias Económico y Administrativo (ICEA) y Ciencias de la

Comunicación en el Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades (ICSHu), ambas cuentan con el equipo tecnológico necesario, para que los alumnos puedan realizar las acciones pertinentes para su realización.

Los próximos licenciados deben estar consientes, que el valor competitivo de las empresas les permitirá diferenciarse de la competencia, y la manera visual de lograrlo es con el constructo del manual de identidad corporativa, a fin de trasferir notoriedad y prestigio en sus diversos públicos. Siempre pendientes del imaginario social que tienen las personas de la empresa, a fin de inferir de manera positiva; que le permite posicionarla en el mercado y así lograr un aumento en las ventas.

b) Desarrollo

La imagen corporativa es fundamental que exista una sinergia entre todos los elementos que la conforman, cuidando cada uno de estos, para que la significación sea la correcta a la idea que se quiere comunicar. Esto ayudará a la empresa a crearle una personalidad a la marca, esto se logra cuidando los elementos visuales que lo conforma el logotipo, imagotipo, imagos, tipografía, color, slogan, entre otras muchas cosas. Y los elementos más abstractos como la filosofía empresarial, la segmentación de mercados, plan de mercadotecnia, branding corporativo, etc. Por eso es algo único de cada empresa, que si esta bien elaborada le generara grandes beneficios a la misma; esto va a ser el alma de la empresa en su mercado. (Kom 2013)

Si cada una de las microempresas empieza a indagar su propia imagen, se debe buscar que tenga sus propios símbolos, lenguajes, rituales, mitos, filosofía e ideología, para que en un futuro alcance una cultura organizacional, que le va a permitir incluir suposiciones, adaptaciones, percepciones y aprendizajes. La cultura de la organización tiene tres etapas . La capa I incluye artefactos y creaciones que son visibles, pero a menudo no interpretables, como: paredes divisorias entre los trabajadores, mobiliario. En la capa II están los valores o las cosas que son importantes para la persona. Los valores son conscientes deseos afectivos. En la capa III están las suposiciones básicas que guían el comportamiento de la gente; en esta etapa se incluyen las suposiciones que indican a los empleados cómo percibir, pensar y sentir acerca del trabajo, las metas del cargo, las relaciones humanas y el desempeño de los colegas. (Gibson 2013)

Para lograr esta imagen es necesario la correcta segmentación de mercados, ya que esto va a permitir identificar quienes son las personas que toman la decisión de compra o consumen el producto de acuerdo a sus diversos deseos, necesidades y requerimientos, lo que va a permitir agrupar a los consumidores que tienen las mismas características.

Los mercados son exageradamente grandes, heterogéneos y dispersos, por lo que es muy difícil que una sola empresa cuente con los recursos para proporcionar todos los bienes y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores, esta es la razón para el uso de estrategias para segmentar los mercados. Esta clasificación puede ser:

- a. Indiferenciada: donde la empresa no dirige sus esfuerzos hacia un solo segmento de mercado.

- b. Diferenciada: se debe tratar a cada uno de los consumidores, como si fuera único, generando programas para cada uno de ellos.
- c. Concentrada: busca obtener una buena posición en el mercado en pocas áreas.

Los principales criterios para segmentar un mercado que se deben tomar en cuenta son los de orden:

1. Variables geográficas: región, población, clima, raza, población.
2. Variables psicográficas: grupos de referencia, clase social, personalidad, cultura, ciclo de vida familiar, motivos de compra. (Ficher 2011)

Cuando se habla de investigación de mercados es importante que se piense en los clientes reales o potenciales, y no se le da la importancia que tienen los empleados para el éxito de la imagen corporativa, ya que no toman en cuenta sus opiniones, necesidades específicas, clima laboral, sentimiento de pertenencia, por lo cual es muy importante conocer sus respuestas. (Mc Daniel 2010)

Las empresas del siglo XXI, sin importar su tamaño, viven una competencia feroz, no solo dentro de sus fronteras geográficas, sino también con un advenimiento de productos de otras latitudes, por lo que es importante que se posicionen en su mercado, y el inicio de este proceso es la imagen corporativa; entendiendo que esta competencia feroz, exige de una ética y de una responsabilidad social, ya que la sociedad exige se respete el código de comportamiento ético, por lo cual dentro de la formación de la filosofía empresarial, las políticas, procedimientos a fin de incorporarla en el manual de identidad corporativa. (Kurtz 2012)

Al hablar del comportamiento del consumidor debe también ser tomado en cuenta, ya que si no se entiende, jamás se podrá segmentar y entender correctamente a nuestro cliente. Lo que se debe buscar al través de la observación participante es la manera en que los consumidores y las familias/ hogares toman las decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero y esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. Y si le gusta o agrada la imagen, a los clientes se asegura la recompra. (Schiffman 2012).

El microempresario debe entender que el logotipo, emblema es el producto del desempeño gráfico y simboliza la imagen corporativa de su empresa y que es una síntesis representativa por medio de un ícono simplificado y que se debe desarrollar para que tenga un alto grado de recordación para que simbolice su negocio; por lo que es una versión gráfica estable del nombre de la marca. (Lang 2010)

Para lograr el reto anterior, el universitario deberá indagar, conocer y organizar la información de la empresa para que consiga reflexionar, concebir y seleccionar a fin de organizar, proyectar para elaborar esa imagen corporativa. Se debe concentrar en el saber-hacer, para su constructo. (Sánchez 2012)

Los alumnos deben entender perfectamente la diferencia entre lo que piensa y lo que hacen, deben aprender hacer la lectura correcta de la comunicación no verbal de sus diversos públicos y no confiar solamente en la experiencia personal a fin de entender la recepción de la comunicación no verbal, pero sobre todo estar consiente de ella para poder analizar cada uno de los códigos comunicativos que arroja la sociedad. (Patterson 2011)

Porque toda marca que aspira a ser una gran marca, debe tomar con seriedad y madurez este proceso, para que los microempresarios entiendan que deben diferenciar su logotipo/marca de sus competidores para afirmar su origen, significan y segmentar. Se debe tomar conciencia que la imagen corporativa es un asunto de psicología social antes que un asunto de diseño. (Costa 2012)

Se tiene una funcional imagen corporativa la MPyMES, cuando el conjunto señalético este aplicado a un contexto intercultural, para que contribuya al logro de certezas de una correcta interpretación del mensaje, a fin que no genere confusión en el mercado; porque no existe una universalidad de los significados de las imágenes, condicionadas por el contexto social y cultural de las personas además que están mediatizados por los canales de trasmisión, de enseñar no sólo a decodificar los mensajes transmitidos en un contexto cultural concreto. (Gómez 2010)

La realidad de este país es diferente, porque la inmensa mayoría de las empresas son muy pequeñas y primero se inicia el negocio y después se le busca la creación de la imagen, pero no siempre, acuden a los profesionistas adecuados, y terminan visitando al impresor de lonas que en una plática de cinco minutos, ellos elaboran la “imagen corporativa” con imágenes prediseñadas bajadas de internet, empiezan a formar collages, sin conocer las implicaciones legales que conlleva esta acción de piratería; además saturada de imágenes, tipografías y colores que dan la connotación de contaminación visual; lejos de ayudar a la empresa, la llevan a tener un fracaso de magnitud mayúsculo.

El modelo que se propone debe evaluarse al través de los siguientes ítems, es muy importante que cada elemento se tropicalice, ya que el experto debe adaptarse a las necesidades propias de cada empresa.

1ª avance

■ Nombre de la empresa a la que se trabajara ■

Dirección

■ Giro ■

■ Segmento del mercado al que satisface ■

Historia de la empresa

■ Descripción detallada del producto o servicios que oferta ■

Aplicación de la matriz BCG de Boston Consulting

■ Revisión de la competencia (Web) ■

Misión

■ Visión ■

■ Objetivos (corto, mediano y largo plazo) ■

Valores

■ Filosofía ■

■ Reglamento ■

Organigrama ■

Metas

■ 4 C´ ■

■ 4 S ■

■ FODA ■

CAME

⌘ Posicionamiento que se la dará ⌘

Reacción del nombre

✓ Método creativo

✓ Método Lingüístico

⌘ Prestigio lingüístico

⌘ Funciones de la lengua

⌘ Análisis conductual del aprendizaje lingüístico ⌘

El lekta

⌘ Brand equity

⌘ Branding corporativo ⌘

Vocabulario

2ª avance

⌘ Metodología de la Investigación

■ Investigación de mercados cuantitativa ▶

Formulación del problema

▶ Formulación de la hipótesis (nula y alterna) ▶

Objetivos

▶ Justificación

■ Diseño de la investigación (investigación exploratoria)

* Datos internos

* Datos externos

* Fuentes internas

* Fuentes secundarias

- ▶ Información del tamaño del universo (INEGI, SECRETARIA DE GOBERNACION, CONAPO, WEB)

- ▶ Tamaño de la muestra (se solicita el nivel de confianza) ▶

Tipo de Muestreo

- ▶ Cuestionario (autorizado por tu catedrático) ▶

Cuestionario graficado en SpSS

- ▶ Distribución de frecuencias ▶

Tabulación cruzada

- ▶ Prueba de hipótesis

- ▶ Elaboración del repORTE final ▶

Segmentación de mercados

- * Medición del mercado

- * Estrategias de cobertura del mercado

- * Desarrollo de mercado

■ Investigación Cualitativa

- ▶ Investigación de motivaciones del cliente

- ▶ Conducta del consumidor

- ▶ Proceso de desición de compra

- ▶ Factores: culturales, sociales, personales, psicológicos. ▶

Focus grup

- ▶ Estudio de Marketing Antropologica

- ▶ SES

▶ Test ROIT o Róterdam ▶

Informe ejecutivo

▣ Tipo de consumidor ▣

Clasificación V.A.L.S

3ª avance

▣ Psicología del color

▣ Proceso de la comunicación empresarial ▣

Triangulo de Saussure

▣ Tipo o clasificación del logotipo y símbolo ▣

Identificación a nivel organización

▣ Artículos promocionales ▣

Papelería o soportes

▣ Forma de contestar el teléfono ▣

Uniformes

▣ Recomendaciones de decoración del local ▣

Selección de tipografía

▣ Normas tipográficas

▣ Revisión en Internet de los pasos para su registro ▣

Signos de identidad corporativa

Logotipo

Símbolo

Lingüístico

Icónico

Cromático

Tipo o clasificación del logotipo y símbolo

Gama cromática

Usos permitidos y no permitidos

Señaletica

Envase, etiqueta y embalaje

Material de exposición

Decoración publicitaria de los vehiculos

Uniformes

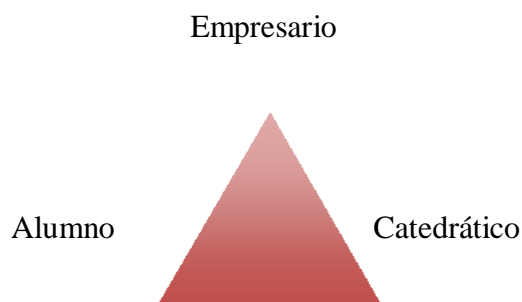
Muestras de material normalizado.

4ª avance

Manual de identidad corporativa en PDF (con diseño editorial)

Resultados preliminares

Esta metodología se viene probando desde hace cinco años, con resultados muy positivos para las MPyMES, cada semestre se está trabajando en promedio a 8 empresas, tomando en cuenta que este es un trabajo tripartita:



Todo el tiempo la comunicación debe ser fluida, precisa y siempre buscando el feedback, a fin de entregar un trabajo acorde a las necesidades y gustos de la organización.

Conclusiones.

Este es el inicio de la búsqueda un modelo propio a las necesidades de las MPyMES del Estado de Hidalgo, ya que se debe entender que tiene peculiaridades muy únicas, debido a sus necesidades de la empresa (económicas, político, legales, tecnológicas, infraestructura, etc.), así como a las necesidades de sus shopeer, ya que si se les conoce correctamente, la segmentación será cabal lo que permitirá llegar a resultados positivos.

Otro elemento que no debemos perder de vista es el empleado, que su opinión es transcendental para emitir la soñada imagen correctamente.

Referencias

Cegarra, S. (2011). Metodología de la investigación científica y tecnológica,(2ª libro electrónico), España, Díaz de Santos, S.A. pp. 85-87

CEPAL La política de desarrollo económico local.
http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/7791/LCL1549E_cap01.pdf

Costa, J. (2012). La imagen de marca: Un fenómeno social (2ª Ed). España: Paidós Diseño. (p.p17-52).

Fisher, L y Espejo, J. (2011) Mercadotecnia (4ªEd). México. Mc Graw Hilpp 58-66

Gibson, J y Ivancevich,J. (2013) Organizaciones: comportamiento, estructuras y procesos (13ª Ed.). México. Mc Graw Hill. Pp. 30-31

Gómez, D y Agustín, L. (2010) Polisemias visuales: Aproximaciones a la alfabetización visual en la sociedad intercultural. (1ª Ed). España. Aquilafuente Ediciones Universidad Salamanca. Pp 21-30

Kom. B. (2012). Lenguaje del diseño gráfico: elementos y sistemas básicos, sus variables y estrategias visuales. (1ª Ed.). Uruguay. Mar dulce. Pp. 68.

Kurtz, D. (2012) Marketing contemporáneo. (15 Ed.) México. Cengage Learning pp 20-25

Lang, P (2010). Semiosis and catastrophes. René Thom's Semiotic Heritage.(3ªEd) Switzerland pp. 43-50

McDaniel, C y Gates, R. (2010) investigación de mercados. (8ª Ed.).México.Cengage Learning. Pp 32-41

Nayar, J. (2013). El guru del marketing: Un manual simplificado de marketing del Siglo XXI. E.U. AuthorHouse Ed. pp. 25-26.

OECD. (2013). Temas y políticas clave sobre PyMES y emprendimiento en México. (1ª Ed.), México. OECD. Pp. 25

Patterson, M (2011) Más que las palabras: El poder de la comunicación no verbal. (1ª Ed). España. Editorial UOC pp15-30

Pintado, B. y Sánchez, H. Imagen corporativa. (2012). Influencia en la gestión empresarial, (2ª Ed), España, ESIC Editorial pp. 95

Sánchez, G y López, M. (2012). Pensar en diseño gráfico. (1ª Ed) México. Editorial universitaria pp 15-20

Schiffman, L y Kanuk, L. (2012) Comportamiento del consumidor. (10ª Ed.), México, Prentice Hall pp. 5-19

Infografía

<http://www.eluniversal.com.mx/articulos/49408.html>

http://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/5f081c03-5ef8-415b-a1df-35b660088c24/estatuto_organico_conocer.pdf

Cómo ves? Revista de divulgación de las Ciencias de la UNAM. Índice 165. Fecha 05 de abril del 2014. <http://www.comoves.unam.mx/numeros/aqui estamos/165>

<http://foroalfa.org/articulos/imagen-corporativa-para-la-microempresa>,

El conocimiento en los hábitos de compra pueden darle ventaja competitiva a las tienditas de la esquina a través de la innovación

Mtra. Patricia López Juárez

Mtra. Ivonne López Hernández

Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo

RESUMEN

Esta investigación pretende mostrar una semblanza focalizada de la situación en las que se encuentran las tienditas de la esquina en la ciudad de Pachuca, Hgo., para la cual se realizó una investigación de campo para conocer los hábitos de consumo de los clientes, jóvenes estudiantes y trabajadores de un rango de edad de 20 a 30 años, con el fin de diseñar estrategias para motivar al micro empresario a mantener y volverse más rentable y agresivo ante una fuerte competencia como la que está enfrentando.

Se hablará sobre las tienditas de la esquina, lo que son, como están conformadas, cómo operan y los grandes retos que tienen que enfrentar para lograr su permanencia y rentabilidad en un mercado competitivo y conformado por las grandes cadenas de supermercados y franquicias, que han provocado en ellas bajas ventas y en algunos casos, cierre definitivo.

De igual forma, se menciona la importancia que tienen los MiPyMes en México, la generación de empleos y su contribución al Producto Interno Bruto, así como su las causales de la disminución de su rentabilidad que las ha convertido en vulnerabilidad

Palabras clave: tienditas de la esquina, tiendas de conveniencia, Oxxo, comercio tradicional, consumidor, ventaja competitiva

INTRODUCCIÓN

El estudio del comportamiento del consumidor se convirtió en un tema de interés hasta principios de los años sesenta, cuando las empresas se centraron en el marketing para elevar sus ventas. En la actualidad, el consumidor ha ido evolucionando respecto a sus gustos, preferencias, comportamientos, actitudes, pensamientos, conductas y estilo de vida, dado que el consumidor de estos tiempos tiene más posibilidades a su alcance, con más conocimiento sobre lo que quiere y cómo lo quiere.

A las personas les gusta sentirse diferentes, por eso buscan una opción que se ajuste a sus necesidades. Cuando hay variedad, hay muchas empresas compitiendo y esta es una de las razones por las cuales el mercadeo es agresivo y permanente, esto crea satisfacción y no necesidad.

La satisfacción al cliente se ha convertido en una ventaja para las grandes cadenas y desventaja para las pequeñas empresas, ya que los pequeños negocios no se han adaptado a las exigencias de los consumidores, junto a una serie de limitaciones con las que cuenta, entre ellas, la falta de conocimiento de los hábitos de compra de sus clientes reales y potenciales, por lo que éstos desconocimientos se han convertido en una desventaja para ellas.

Esta investigación tiene como objetivo describir los hábitos de consumo de los clientes de las tienditas de la esquina de Pachuca, Hgo., centrándose en jóvenes estudiantes y trabajadores con el fin de que los microempresarios diseñen nuevas estrategias y logren ser rentables ante las nuevas demandas del mercado.

REVISIÓN LITERARIA

En México como en muchos países en desarrollo la economía descansa en los micro, pequeñas y medianas empresas, contando con 5'144,056 unidades económicas, según el Censo Económico 2009 de INEGI, con un personal ocupado de 17'717,306. Una unidad económica son todas las entidades productoras de bienes y servicios, llámese establecimientos, hogares, personas físicas (INEGI, 2014)

Geográficamente las unidades económicas se concentraron en seis entidades federativas: Estado de México con 12.3%, Distrito Federal con 10.3%, Jalisco concentró el 7.1%, Veracruz de Ignacio de la Llave, 6.1%; Puebla, 5.8% y Guanajuato con el 4.8 por ciento. (INEGI, 2010).

En México al Censo Económico de 2009 había 1'858,550 unidades económicas dedicadas al comercio, también conocidas como establecimientos y 6'134,758 trabajadores en este sector. Ver figura No. 1.

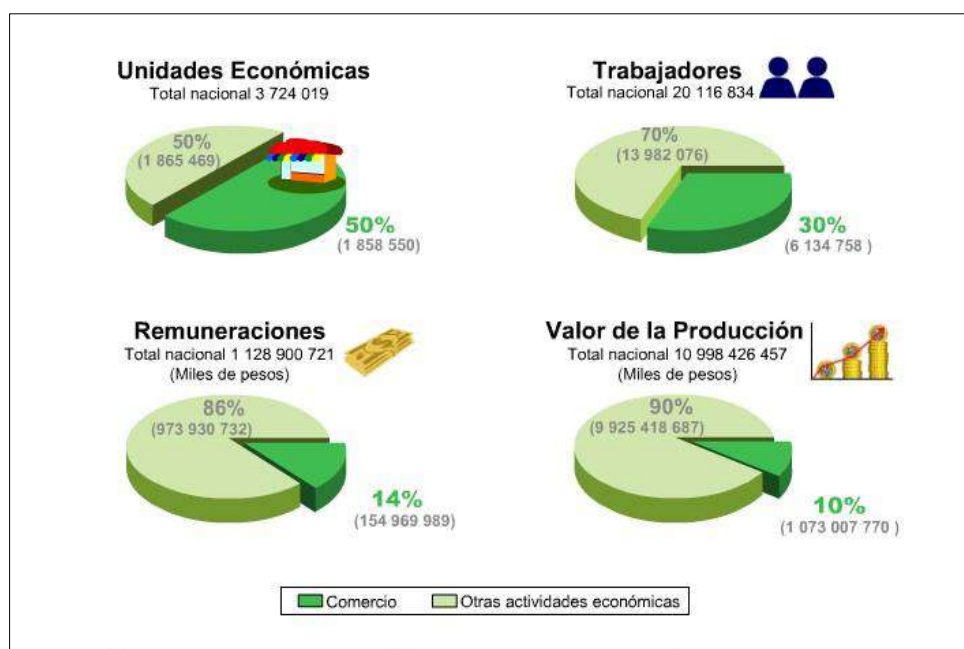


Figura 1. Número de unidades económicas

Fuente: INEGI, Censo Económico 2009

En el aparato productivo, según la cantidad de unidades económicas, destacó la presencia del comercio, y los servicios privados no financieros con mayor número de unidades. El comercio registró 49.9% de total de las unidades económicas de las cuales el 46.7% corresponden a comercio al por menor y el 3.2 al comercio al por mayor, mostrando un crecimiento del 17.6% con respecto al censo anterior realizado en el 2003 (GS1 México, 2012). Entendiéndose por comercio como la actividad económica en la que se compran y venden productos.

De acuerdo a lo que vende, los comercios se clasifican en dos sectores, 16 subsectores, 40 ramas, 68 subramas y 153 clases de actividad (INEGI, 2010).

Siendo la actividad más representativa para México, el comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas, con un total de 999,604 unidades económicas al 2014. Ver la siguiente tabla.

Tabla 1. Actividades más representativas en México

Clase de actividad	Unidades económicas
(4611) Comercio al por menor de abarrotes y alimentos	933,064
(4612) Comercio al por menor de bebidas, hielo y tabaco	66,540
Total	999,604

Fuente: INEGI, Censos Económicos 2014

Elaboración propia

Por el número de trabajadores que tienen, los comercios o establecimientos se clasifican en micro, pequeños, medianos y grandes. Ver figura No. 2



Figura 2. Clasificación de comercios por número de trabajadores

Fuente: INEGI, Censo Económico 2009

De acuerdo con la siguiente información, el micro negocio representa el 97.1% y generan el 65% de los empleos. Ver figura No. 3



Figura 3 Porcentaje de negocios por tamaño y generación de empleos

Fuente: INEGI, Censo Económico 2009

Dimensiones y caracterización del sector

En el 2007 el PIB de México alcanzó US\$893 mil millones de los cuales el sector terciario representó el 63%. Dentro de este mismo sector, el comercio representa 18% del PIB total y contribuye con un 30.7% del empleo nacional. Dentro del sector comercio, el más dinámico sin duda es el comercio detallista conformado por: supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia y abarrotes, que vende cerca de 90 mil millones de dólares y representa US\$318 millones del valor agregado total.

Es común encontrar una tienda de abarrotes en cada esquina, en cada ciudad y en cada pueblo de México. La cifra de cuántas tiendas de abarrotes o tienditas de la esquina existen varía según la fuente. De acuerdo con el último censo económico de 2010, existían 580,045 unidades económicas dedicadas a la venta al menudeo. Al parecer esta actividad ha tenido una disminución con respecto al censo económico de 2004, en donde se registraron 791,164 unidades económicas dedicadas al subsector 461: comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco (INEGI, 2005). Ver tabla 2.

Tabla 2. Comparación de Unidades Económicas 2004-2009

		Censo Económico 2004	Censo Económico 2009	Variación
Sector	46			
Comercio	al			

por menor

Subsector	461	791,164	580,045	-26.69%
-----------	-----	---------	---------	---------

Comercio al por
menor de alimentos
bebidas y tabaco

Fuente: INEGI. Censo Económico 2004 y 2009

La venta al menudeo realizada por un minorista quien es un intermediario comercial que vende directamente al consumidor los productos necesarios para su uso individual o familiar (Díez de Castro, 2005), su actividad se concreta en la compra de pequeños lotes de productos a los mayoristas para revender a los consumidores finales. Ellos son el último eslabón en la función de diversificación ya que transforman los lotes de producción en lotes de venta, adaptándose a la demanda del consumidor, utilizando un canal de distribución a menudo largo.

Las tienditas de la esquina o técnicamente llamadas como tiendas de proximidad, que son las tiendas que se localizan cerca de nuestro hogar de 500 a 1,000 metros de distancia (Díez de Castro, 2005). Estas unidades se desenvuelven dentro de una competencia de forma de los cuatro niveles que Kotler clasifica en su libro de Dirección de Marketing, Conceptos Esenciales (2002) y que a continuación se detallan:

1. Competencia de marca: Una empresa ve como competidores a otras empresas que ofrecen productos a precios similares.

2. Competencia de industria. Una empresa ve como competidores a todas las empresas que generan el mismo producto o clase de productos. Así Volkswagen estaría compitiendo contra todos los demás fabricantes de automóviles.
3. **Competencia de forma.** Una empresa ve como competidores a todas las empresas que generan productos que proporcionan el mismo servicio. Volkswagen consideraría que está compitiendo contra los fabricantes de todo tipo de vehículos, como motocicletas, bicicletas y camiones.
4. Competencia genérica. Una empresa ve como competidores a todas las empresas que compiten por el mismo dinero de los consumidores. Volkswagen consideraría que está compitiendo contra las empresas que venden bienes duraderos importantes para consumidores, vacaciones en el extranjero y casas nuevas.

Las tienditas de la esquina tienen una gran ventaja al explotar la “C” de conveniencia de acuerdo a la clasificación que hizo Roberto Lauterborn por las siguientes características:

- Satisfacen una necesidad de suministros alimentarios y del hogar de manera práctica, rápida y cercana.
- Cubren necesidades básicas y habitualmente tienen a cubrir un periodo de consumo familiar relativamente corto o diario.
- Se localizan en lugares cercanos a hogar o trabajo
- No se requiere algún transporte para llegar, ya que se localizan unos cuantos metros del lugar de origen.

Para poder entender más sobre el tema y la importancia que reviste este formato de comercialización es importante comenzar en saber que son las tienditas de la esquina.

¿Qué son las tienditas de la esquina?

Son establecimientos que se ocupan de la compra venta de diversos productos, tales como enlatados o envasados, jugos y néctares, bebidas gaseosas, artículos de limpieza, lácteos, dulces y frituras, carnes frías, vinos y licores, en la mayoría de los casos al público general . Las personas que realizan esta actividad están consideradas como comerciantes y en consecuencia para fines mercantiles su actividad está regulada por el Código de Comercio. (Servicio de Administración Tributaria, 2014). Es una actividad de venta de bienes y servicios de forma presencial tanto de los proveedores como lo consumidores.

Su clasificación industrial

Las tienditas de la esquina pertenecen de acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas a la actividad número 46, comercio al por menor, con el siguiente desdoblamiento. Ver tabla No. 3.

Tabla 3. Directorio Estadístico Nacional de Entidades Económicas

Actividad	Descripción
46	Comercio al por menor
461	Comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco
4611	Comercio al por menor de abarrotes y alimentos
46111	Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarino y misceláneas

461110

Comercio al por menor en tiendas de
abarrotes, ultramarino y misceláneas

Fuente: INEGI 2014

Elaboración propia

Existiendo al 2014 la cantidad de 632,160 unidades en esta actividad en toda la República Mexicana (Ver anexo 2) y para el estado de Hidalgo, 13 503, bajo el siguiente criterio.

Tabla 4. Criterios de selección de unidades económicas en Pachuca, Hidalgo

Actividad económica	(46111) Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarino y misceláneas.
Tamaño del establecimiento	0 a 5 personas
Área geográfica	(130480001) Pachuca de Soto, Hidalgo
República Mexicana	632 160 unidades económicas
Estado de Hidalgo	13 503 unidades económicas
Pachuca, Hgo.	1,883 unidades económicas

Fuente: INEGI 2014

Elaboración propia

¿Cuántas tienditas de la esquina hay en México?

Tratar de cuantificar el número exacto de misceláneas y estanquillos resulta prácticamente imposible. En 2007, AcNielsen, investigadora de mercados líder en México, estimaba que eran 440 mil, el Centro para el Desarrollo Empresarial del Pequeño Comercio de Abarrotes,

A.C. (CEDEPEC) y la revista *aTienda* (dirigida especialmente a misceláneas), calculaban que existían cerca de 1.5 millones en la República Mexicana (FUNDES México, 2009)

¿Quién representa a las tienditas de la esquina?

Por la actividad que realizan las misceláneas deberían de pertenecer a la Cámara de Comercio en Pequeño, Canacope-Servytur de su localidad, pero no es así, la gran mayoría de las misceláneas no tienen los registros oficiales requeridos, ya que en las zonas populares de las grandes ciudades o en los pequeños poblados del interior del país, una gran mayoría de dichas tiendas se encuentra localizada en los garages de las casas. Aún más, en las grandes unidades habitacionales, pueden existir muchas tiendas dentro de ellas, y los locales pudieron haber sido habitaciones transformadas en tienditas.

¿Los dueños de las tienditas satisfacen las necesidades de sus clientes?

Son muchas las razones por las que las misceláneas han sobrevivido exitosamente al siglo XXI, ya que se han adaptado a las necesidades de los consumidores y, dependiendo de la zona en la que se encuentren, los productos que ofrecen pueden ser muy diversos. Las misceláneas ofrecen una amplia variedad de productos alimenticios, para el cuidado personal, para la limpieza del hogar y servicios. Otra característica que guardan, es que dependiendo del lugar en que se encuentren pueden ofrecer productos y servicios que resuelven las necesidades de los consumidores, tales como útiles escolares para colegios y universidades, así como venta y llenado de formas oficiales, copias fotostáticas, etcétera.

Esto se ha convertido en una ventaja competitiva que los micro empresarios han sabido utilizar, a través de la diferenciación, una tiendita ofrece cosas diferentes que las otras, es por ello que vemos en una sola cuadra dos o tres de ellas, y todas tienen diferentes artículos, porque se mueven rápido y atienden las necesidades del cliente. Una ventaja competitiva es ofrecer lo que tus competidores no tienen, es contar con un atributo superior

y estratégico. Sin embargo, estas ventajas competitivas están siendo copiadas por las tiendas de conveniencia.

Durante 2007 y 2008, se presentó una situación muy interesante en el mercado de productos de consumo en México, ya que tomando en cuenta las misceláneas y estanquillos, los mercados populares y los tianguis, presentaron en conjunto un aumento en ventas de 40.8% a 44%. Sobresalen las ventas en el nivel socioeconómico bajo, en el que aumentaron de 50.4 a 53.6 por ciento. Una posible explicación a la situación anterior es la crisis económica y la consecuente contracción de ingresos de la población. Actualmente, las misceláneas y los estanquillos siguen teniendo una presencia relevante en el comercio detallista de México. (Silva Riquer, 1993)

Relación con empresas transnacionales

Es importante resaltar que hay empresas de bebida refrescantes, alimentos y golosinas que distribuyen la mayor cantidad de sus productos a través de las misceláneas, contando con un amplio sistema de distribución con el que cubren la demanda de las tienditas en todo el país.

Las misceláneas se abastecen de dos grandes centros de distribución: la Central de abastos y tiendas de mayoreo como Sam's Club y Costco.

Las misceláneas compran volumen de mercancía que al ofrecerla a su consumidor, la ofrecerán en pequeñas porciones o bien, abrirán los empaques originales, para vender mercancía en forma unitaria.

Con dicha relación comercial se ven beneficiados ambas partes:

Ventajas para empresas transnacionales:

- Aumenta su nivel de ventas por el número de tiendas existentes en nuestro país

- Sus productos comienzan a tener fidelidad por parte del cliente, dado que este lo conoce en el establecimiento y ahí comienza su gran cantidad de consumo.
- Contacto directo con el consumidor final

Ventajas para las Tienditas de la Esquina:

- Recepción de productos en su mismo establecimiento.
- Obtienen los productos a precios accesibles
- Los productos que adquieren tienen una cierta garantía (si no se venden en un tiempo determinado, la empresa proveedora los cambia por unos más recientes para consumo)
- Mayor número de clientes, puesto que ahí se encuentran los productos de las marcas reconocidas.

Las principales empresas transnacionales que se han vuelto proveedores de estas tienditas son: Grupo Bimbo, Grupo Femsas, Grupo Corona.

Situación actual de las tienditas de la esquina

Según el último Censo Económico de INEGI de 2009, el sector comercio representa el 49.9% del total de las unidades económicas del país y muestra un crecimiento del 17.6% con respecto a censo anterior realizado en 2006.

En este orden de ideas, el comercio registró 49.9% del total de las unidades económicas de las cuales 46.7% corresponden al comercio al por menor y 3.2% al comercio al por mayor.

En datos actuales de INEGI al 2014, el total Comercio al por Menor de Abarrotes y Alimentos (461) se conforma por un total de 999,604 entidades económicas y se desglosa de la siguiente manera. Ver tabla No. 5:

Tabla 5. Unidades económicas de comercio al por menor

632,160	son Abarrotes, ultramarinos y misceláneas
337,474	otros tipos de comercio al por menor
29,970	tiendas departamentales y de autoservicio

Fuente: INEGI 2014

Elaboración propia

El problema / la oportunidad de desarrollo.

Las tiendas de abarrotes en México, constituyen un sector que está amenazado y enfrenta el reto de mantenerse como una alternativa viable en un mercado altamente competitivo.

En países como México, donde no existe un seguro de desempleo, ni fondos para el retiro que puedan cubrir las necesidades de subsistencia de los adultos mayores, y donde las tasas de divorcios y hogares mono parentales (con mujeres como jefas de familia) están en aumento, la proliferación de este tipo de comercio es un proceso lógico.

Los posibles efectos de la desaparición de este eslabón del comercio detallista son:

- Aumento en el desempleo
- Debilitamiento de canales de distribución para productores locales
- Debilitamiento del poder de negociación de las MIPYMES para la distribución de sus productos
- Pérdida de un canal que sirve a la población de bajos ingresos

Causales de quiebra en los micronegocios (tienditas de la esquina)

Algunas de las principales causas de quiebras de las tienditas es el impacto económico grave que se vive en nuestro país desde años anteriores. En una investigación realizada por Edith Navarrete & Edgar Sansores de la Universidad de Quintana Roo (Navarrete Marneou & Sansores Guerrero, 2011), realizan un estudio sobre el fracaso que tienen las microempresas y citando a Gaskill (1993) alrededor de dos tercios de las empresas quebradas citan a los factores económicos como los determinantes de su fracaso y la falta de rentabilidad como la segunda razón.

Sin embargo, información estadística de Dun & Bradstreet (1999), el 88.7% de todos los quebrantos se deben a errores de gestión por mencionar algunos son: crear empresas por las razones equivocadas, la familia, el tiempo y la presión sobre los fondos; la falta de sensibilización de mercado, la falta de responsabilidad financiera y la falta de un enfoque claro.

La literatura reporta algunas otras razones por las cuales las microempresas fracasan:

- Falta de un plan de negocios
- Insuficiencia de capital
- Inadecuado uso del financiamiento
- Vulnerabilidad de los nuevos
- Excesiva carga financiera
- Cambios en la política fiscal
- Falta de capacidad para acceso a nuevos mercados
- Carencia de habilidades gerenciales

Todas estas causas hacen una bola de nieve difícil de detener, es por ello que las microempresas fracasan en los primeros cinco años de su vida, por lo que hay que hacer algo y pronto antes de que desaparezcan.

Cifras alarmantes que hablan por sí solas

Las cifras de fracaso de los micro negocios son alarmantes, mismas que varían según el país. En España, para García Ordóñez de la Universidad de Cádiz, el 80% de las empresas quiebran en los primeros cinco años, estas cifras son confirmadas por "Emprendedor XXI" de la Caixa. De acuerdo con un informe de la CEPAL, en los países emergentes entre un 50 y 75% los micro negocios dejan de existir durante los primeros tres años. En México la situación no es diferente, el promedio de vida de un micro negocio es de dos años.

La innovación llama a la puerta

La innovación es un tema que está en boga y que requiere ser atendido a la brevedad no siendo exclusivo de productos y de grandes empresas. La innovación abarca a pequeños y grandes negocios, tanto a bienes como servicios y es aquí, donde a los dueños de las tiendita de la esquina les toca hacer su trabajo.

La innovación no es un lujo sino una necesidad que las empresas y empresarios deben tomar en cuenta para que sus negocios sean rentables y no solamente sobrevivan en este ambiente de vulnerabilidad. Para lo cual debe empezar con ser eficaces, es decir tener la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera, por lo que es la introducción exitosa de la innovación (Mendoza & Garza, 2009).

Innovar es hacer las cosas de manera diferente, únicas. La innovación incluye muchas actividades tecnológicas, organizacionales, financieras, comerciales y en muchos casos, de investigación. Tres condiciones para la innovación:

1. Innovación requiere de trabajo duro, concentrado y profundo. Sin esas condiciones la innovación no existen.
2. Las innovaciones exitosas deben basarse en las fortalezas de individuo.
3. La innovación debe centrarse en satisfacer o crear una necesidad en el mercado

Las tiendas de la esquina deben innovar su negocio para crecer, ya que el consumidor de este canal tradicional demanda nuevos atributos y presentaciones del producto y si no los encuentra buscará otros lugares de distribución, señala la consultora de Gestión Accenture.

Los indicadores que se encontraron en un estudio realizado por la consultora sugieren que “el consumidor del canal tradicional se está profesionalizando y está demandando nuevos atributos y presentaciones de producto, alineados a sus necesidades de consumo”.

“En caso de que estas necesidades no sean atendidas en el corto plazo se podría provocar una pérdida de lealtad hacia el canal tradicional, debido a que el cliente no encontrará una oferta innovadora, que sí está presente en otros canales”.

El estudio realizado por la consultora Accenture México junto con Storecheck indica que “el canal tradicional seguirá siendo muy relevante por su conveniencia y cercanía para los consumidores, mientras que el canal moderno seguirá creciendo debido a su mayor eficiencia operativa y capacidad de inversión”.

El mercado mexicano del *retail* tiene tres áreas de crecimiento: tiendas de conveniencia, tiendas para segmento alto y el comercio por Internet. En las tiendas que tienen un consumo orientado hacia el hogar, las ocasiones de compra son similares entre ambos géneros, éste no es el caso para las tiendas de paso donde el 57% de las transacciones son realizadas por hombres.

Existen hábitos de compra diferenciados, ya que el 93% de la compra de vinos y licores es realizada por hombres, así como el 73% de los cigarrillos y el 59% las botanas. Por su parte, las mujeres lideran el consumo del hogar, con el 80% de las compras de alimento para bebé y el 74% de las ventas de artículos de limpieza para su vivienda, entre otros. (Medina, 2014)

Ventajas competitivas para el comercio tradicional

La situación actual de México, así como para resto del mundo son las crisis constantes, lo ha provocado que las compras sean limitadas, es decir que las personas piensan dos veces antes de ir al supermercado porque saben que gastarán más de lo que necesitan, así que prefieren acudir a la tiendita de la esquina para comprar solo lo necesario. Esto se percibe mejor en el consumidor de bajos ingresos al que se le ha visto disminuida su capacidad adquisitiva de manera considerable. Esto se puede convertir en una ventaja competitiva que el comercio tradicional que no debe dejar pasar. En Argentina por ejemplo, durante el 2009, el comercio tradicional ganó medio punto en el volumen total de ventas y revirtió tres años seguidos de caída en su participación en el mercado. (**people.com.mx, 2014**)

En México, el comercio tradicional se ha visto afectado con la presencia de tiendas de conveniencia que están atacando de manera agresiva, sin embargo el canal tradicional seguirá siendo muy relevante por su conveniencia y cercanía para los consumidores,

mientras que el canal moderno seguirá creciendo debido a su mayor eficiencia operativa y capacidad de inversión (**Revista Fortuna, 2013**).

Las tiendas de conveniencia vs tienditas de la esquina

El comercio tradicional en México enfrenta problemas de competitividad generados por su modelo de negocio, la carencia de sistematización de sus procesos, la falta de actualización tecnológica y en igual parte, por una situación financiera (FUNDES México, 2009)

Las ventajas que tienen las tiendas de conveniencia contra las tienditas de la esquina son alarmantes, en el 2011 la empresa de investigación Pulso Estratégico reportó que en promedio una tiendita de la esquina atiende en promedio a 131 consumidores, mientras una tienda de conveniencia genera 770 tickets por día, es decir 5.8 veces más venden. (GS1 México, 2012)

La tienda de conveniencia con mayor presencia en México es sin duda Oxxo que se lleva la mayor tajada del pastel con ingresos superiores a los 53,000 millones de pesos al año, lo que representa el 70% del mercado minorista. En los últimos cinco años, Oxxo ha agregado cerca de 3,000 unidades a su cadena de las cuales tan sólo el año pasado (2013) se abrieron 960. Lo que la ha convertido en „la joya' de Fomento Económico Mexicano (Femsa), convirtiéndose en la tercera compañía de autoservicios más grande de México por su volumen de ventas después de Walmart y Soriana. (CNN Expansión, 2012)

Oxxo, perteneciente al consorcio FEMSA, es una muestra de la competitividad y eficacia que el Gobierno Federal, Estatal y Municipal, están tratando de inyectar a los microempresarios, dueños de las tienditas de la esquina con el programa nacional “TU TIENDA”. Oxxo lo que ha logrado hacer y lo está haciendo bien, es satisfacer las necesidades de los consumidores y estar siempre al pendiente ofreciéndoles una serie de “ventajas” como cercanía, horario de 24 horas en muchos de los casos, fácil acceso, rapidez

y comodidad de compra haciendo de su estrategia la venta de productos a la rápida vida cotidiana de las personas. Con un piso de ventas promedio de 100 metros cuadrados, sus tiendas ofrecen alrededor de 2,000 artículos y son atendidas por un número de 2 a 3 personas: la que cobra, la que está del otro lado y una más en la bodega, por cada turno. La mayor parte de sus clientes son jóvenes de 21 a 40 años y le visitan de tres a cuatro veces por semana. (SDP.Noticias, 2014). Con estas series de estrategias es más difícil para las tienditas de abarrotes se mantengan en el mercado.

Pero Oxxo, es sólo una de las tiendas de conveniencia que existen en México, habiendo muchas otras que también están en la batalla de ganar mercado y clientes. Existe 7-Eleven con 1,650 unidades y Extra, propiedad de Grupo Modelo, con 992 sucursales, en el norte del país existe el grupo regiomontano Mambo, con 160 unidades en Monterrey, D.F. y área Metropolitana, Los Cabos, La Paz, Cancún y Playa del Carmen, con más de 150 unidades bajo el formato de franquicia y otras tantas en formato convencional; Extra, Círculo K. (El Economista, 2013)

Lo difícil no es hacer nada, siendo los micro negocios la columna vertebral de la economía nacional, representando el 99.8% son Pymes que generan el 52% del Producto Interno Bruto y 72% del empleo en el país. (ProMéxico, 2014). Es por ello, que el objetivo de la presente investigación es realizar estrategias que logren permanencia en el mercado y rentabilidad para las tienditas de la esquina.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de esta investigación es describir los hábitos de consumo básico y cotidiano del segmento de jóvenes universitarios de 18 a 25 años y jóvenes trabajadores de 20 a 30 años,

identificando sus necesidades al determinar cuánto dinero gastan y en dónde buscan satisfacerlas en la ciudad de Pachuca, Hgo.

Con el fin de que diseñen estrategias los microempresarios dueños de las tienditas de la esquina y den respuesta a una población que vive una vida cotidiana apresurada que exige innovación, calidad, eficiencia y precios justos, satisfaciendo sus necesidades de forma inmediata y en el lugar más cercano, es por ello que los pequeños negocios deben tener presente qué buscan los consumidores para dárselos en el momento en que lo solicitan, con el fin de asegurar su satisfacción y su lealtad.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las tienditas de la esquina están pasando por una crisis desde hace varios años que no ha podido solventar a pesar su esfuerzo y dedicación, siendo más que un trabajo, una microempresa familiar que en algunos casos pasa de generación en generación.

Con la llegada de nuevos formatos de venta como son los supermercados y las tiendas de conveniencia, las tienditas de la esquina tienen sus días contados a menos de que se realice algo que logren sobreponerlas y hacerlas más rentables.

Sus oponentes son fuertes y numerosos, tan sólo en el 2011 la Asociación del Comercio en Pequeño del Estado de México, reportó que tan solo en la zona norte del estado de México, existían en esa fecha, alrededor de 18 Sam's Club y 134 mini Bodegas Aurrera, mientras que el número de tiendas Wal-Mart, fue considerablemente superior al número de mercados públicos que existían en todo Edomex.

En Pachuca, Hgo., no hay un registro real de cuantas tiendas OXXO existen en la localidad, sin embargo, para noviembre de 2012, existían ya 75 unidades, lo que el representante de la Canacope en Pachuca y sus agremiados eso fue una mala noticias de que recientemente se

aperturaran dos nuevas sucursales de esta franquicia, que sin lugar a duda está dejando sin ingreso a muchas tienditas de la esquina, que de ella dependen hasta 4 miembros de la familia. Por cada tienda Oxxo que se abre, se cierran 14 tienditas, eso es alarmante y preocupante para los micro empresarios. (Organización Editorial Mexicana, 2012)

Con esas cifras y con esos rivales que cuentan con toda una infraestructura, es desbastador que el comercio tradicional sobreviva. Y si a eso le aunamos que en la actualidad el consumidor es más exigente día con día, dando como resultado que los pequeños negocios tiendan a desaparecer debido a que no llegan a cubrir sus necesidades, deseos y demandas; ya que actualmente la lealtad pasó a segundo término, es por ello, que tienen que esforzarse a no solo ofrecer productos de calidad, sino también modificar su estructura, ampliar sus horarios, ofrecer mejor servicio, efectuar ofertas; en concreto ser diferentes a los demás y eso se llama tener ventaja competitiva.

Al tener muchas opciones, los consumidores se permiten cambiar de opinión con facilidad. Existen ciertos factores que intervienen en la decisión de compra: económico, lealtad a marcas, identificarse con el establecimiento, generar un estatus, el marketing de los productos.

Otra desventaja de los pequeños establecimientos es que los dueños tienen un nivel bajo en escolaridad por lo que no tienen visión, ni saben cómo enfrentar los cambios drásticos del consumidor moderno o el amplio entorno competitivo. Generalmente estas personas son de edad avanzada por lo que sienten aversión por intentar cosas nuevas, tienen miedo al cambio y la innovación que la considera que solo es para las grandes empresas, por lo que prefieren apegarse a lo tradicional o lo que ya conocen y les ha funcionado desde tiempo atrás.

METODOLOGÍA

El método que se utilizó para este trabajo fue una investigación mixta que según Hernández Sampieri (Metodología de la Investigación, 2006), es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento de problema. Se inició con una investigación exploratoria para conocer más sobre el tema a través de la observación y entrevistas personalizadas a dueños de micro negocios (tienditas de la esquina) para posteriormente centrarse en la investigación de campo.

Después de haber contado con sustentos más firmes sobre el tema, se dio paso a una investigación cuantitativa a través de cuestionarios, datos estadísticos consultando a nuestros dos sectores: *jóvenes y trabajadores*, es decir a los consumidores. Esto se realizó a través de una encuesta de forma personal, auto administrada.

Este método permitió obtener mejores resultados utilizando como herramienta de trabajo, dos tipos de encuestas con preguntas de opción múltiple, con el fin de tener un criterio más amplio e información veraz y eficaz.

Para la determinación de la muestra, el universo fueron 267,862 habitantes de Pachuca, Hgo., en un rango de 15 a 30 años y nuestro segmento objetivo fueron jóvenes estudiantes y trabajadores de Pachuca de Soto.

Se seleccionaron a estos segmentos por su representatividad, ya que los jóvenes universitarios son un segmento dinámico que se deja influir por la mercadotecnia y los nuevos productos. En el caso de los jóvenes trabajadores, estos prefieren lugares novedosos y cuenta con un poder adquisitivo, que les permite tomar decisiones.

El cálculo de la muestra se realizó con un nivel de confianza del 95% y un 5% de nivel de error. La fórmula que se utilizó fue de población finita, por no exceder a más de 500,000

personas, dando como resultado 385 encuestas para aplicar a los dos sectores previamente elegidos de Pachuca de Soto, Hgo. Ver Figura 4.

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(N - 1) + Z^2 PQ} =$$

n= Tamaño de la muestra
 p= Probabilidad de éxito
 q= (1-p) probabilidad de fracaso
 N= Total de la población
 Z= Veces del valor z
 E= Error

$$N = \frac{1.96^2 \times (267862) \times (.5) \times (.5)}{.05^2(267862 - 1) + 1.96^2(.5) (.5)} = \frac{257254.6648}{670.61.29} = \mathbf{384}$$

Figura 4. Cálculo de la muestra

Elaboración propia

Para la aplicación de las encuestas se utilizó el método no probabilístico de juicio, teniendo como ventajas en el tamaño de la muestra es pequeño, es rápido en su aplicación y es a juicio del entrevistador, sin embargo pudiera ser subjetiva.

Esta investigación se realizó con el apoyo de cinco entrevistadores que fueron capacitados, asignándose a cada uno un zona en específico, considerando oficinas gubernamentales, escuelas públicas e instituciones privadas, así como la calle principal de la ciudad de Pachuca, Hgo.

El instrumento de recopilación de datos fue un cuestionario estructurado, con preguntas de control tipo cerradas: opción múltiple, Likert, de orden de rango, de intervalo y abiertas.

Para la validación del cuestionario se realizó un pilotaje de prueba para el entendimiento de las preguntas y se hicieron los cambios correspondientes.

RESULTADOS

Al examinar los datos recaudados durante el presente proyecto, los resultados fueron sobre la notoria diferencia que hay entre los hábitos de los estudiantes y jóvenes trabajadores.

Jóvenes estudiantes en un rango de edad de 18-20 años

- Los jóvenes que se encuestaron están en un rango de edad de 18 a 20 años, de los cuales sus gastos son en promedio de \$31.00 a \$60.00 al día invirtiéndolos en comida y transporte público principalmente.
- Ellos prefieren hacer sus compras en misceláneas y tiendas de conveniencia por la cercanía que hay con sus escuelas y hogares. Dejando ver que la calidad de los productos es el principal factor que influyen en estos puntos de venta.
- De manera semanal, los estudiantes emplean su dinero en artículos personales, eligiendo los supermercados por la cercanía.
- Los gastos que consideran más importantes son alimentación y diversión. Para ello, frecuentan lugares como el cine, centros comerciales y antros.

Para los jóvenes trabajadores, el segundo segmento, los encuestados fueron principalmente jóvenes trabajadores en un rango de edad de 20 a 30 años.

- Ellos gastan entre \$51.00 a \$100.00 pesos al día destinándolo principalmente a comida y transporte público y realizan sus compras en mercados por los precios accesibles.
- Semanalmente, adquieren artículos personales que compran en tiendas departamentales por cercanía, precios accesibles y rapidez.
- Ellos consideran que sus gastos mensuales más importantes son cigarrillos, renta, diversión, papelería y pago de servicios.
- El pago de servicios lo realizan especialmente en bancos y tiendas departamentales.

- Los resultados de las encuestas arrojan que la mayoría de las personas de ambos segmentos destinan un alto porcentaje a comida y transporte, cada uno lo hace de acuerdo a su poder adquisitivo y de acuerdo a sus actividades cotidianas.

CONCLUSIONES

Examinando los datos recaudados en esta investigación sobre los hábitos de compra de los clientes de las tienditas de la esquina con el fin de diseñar estrategias que las hagan más rentables, ventajas competitivas difícil de copiar a través de la innovación, por lo que ésta la información obtenida nos indica que el consumidor cada día es más exigente, respecto a lo que quiere comprar y dónde lo quiere comprar, no se guían nada más por el diseño del producto, también toma en cuenta la calidad, precio y hasta la marca. Hoy en día al consumidor le preocupa el buen servicio del lugar donde realiza sus compras y si este cumple con todas sus necesidades.

También nos pudimos dar cuenta de que los negocios actuales no cumplen completamente con las exigencias del consumidor, ya que no lo escuchan y le tienen miedo al cambio.

Cada día hay un gran crecimiento de competidores en el mercado, así que el consumidor tiene más opciones de compra, por lo que los pequeños negocios deben crearse una ventaja competitiva, que atraiga a los clientes y le genere más ganancias.

Los clientes prefieren lugares cercanos a su casa, escuela o lugar de trabajo, y eso bien lo saben las tiendas de conveniencia que están incursionando en áreas geográficas que en principio no atendían.

La atención y el servicio personalizado son intangibles que las tienditas de la esquina tienen a su favor, sin embargo, los clientes también prefieren acudir a lugares agradables y

limpios, por lo que los dueños de las tienditas de la esquina, deberán tomar muy en cuenta para rediseñar su imagen o perderán más clientes día a día.

REFERENCIAS

CNN Expansión. (16 de Julio de 2012). *cnnexpansion.com*. Recuperado el 28 de Junio de 2014, de [Http://www.cnnexpansion.com](http://www.cnnexpansion.com)

Díez de Castro, E. (2005). *Distribución Comercial*. Madrid: McGraw Hill.

e-centro. (19 de mayo de 2014). *Tienda de conveniencia, Mercancías, Las diferencias de los supermercados, Por países*. Obtenido de <http://centrodeartigos.com/revista-digital-educacion-tecnologia-educativa/contenido-4676.html>

El Economista. (6 de Mayo de 2013). Tiendas de conveniencia copan mercado detallista. pág. www.eleconomisa.com.mx.

FUNDES México. (2009). Programa de Comercio Detallista. *FUNDES México*, 9-13.

GS1 México. (2012). *Comercio Tradicional en México "La tiendita de la esquina"*. México, D.F.: GS1.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México, D.F. : McGraw Hill.

INEGI. (01 de Enero de 2014). *Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática*. Recuperado el 28 de Junio de 2014, de INEGI: www.inegi.gob.mx

INEGI. (2010). *Resumen de los resultados de los Censos Económicos 2009*. México, D.F.: INEGI.

INEGI. (2005). *Resumen General, Censos económicos 2004*. México, D.F.: INEGI.

Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing, Conceptos esenciales*. México: Pearson Educación.

Medina, L. (2014). Representan tiendas de la esquina 90 por ciento de puntos de venta. *Fortuna* , 32.

Mendoza, J., & Garza, J. B. (2009). Tipología de innovación en empresas de México. *InnOvaciOnes de NegOcios* , 91-104.

Navarrete Marneou, E., & Sansores Guerrero, E. (2011). El fracaso de las micro, pequeñas y medianas empresas en Quintana Roo México. *Revista Internacional Administración y Finanzas* , 21-30.

Organización Editorial Mexicana. (30 de Noviembre de 2012). Se aperturan dos nuevas tiendas Oxxos en Pachuca, Hgo. . *El Sol de Hidalgo* , pág. primera plana.

people.com.mx. (01 de Enero de 2014). *people.com.mx*. Recuperado el 28 de Junio de 2014, de www.people.com.mx

Periódico El Universal . (04 de Noviembre de 2011). La tiendita de la esquina tiene sus días contados.

ProMéxico. (1 de Enero de 2014). *ProMéxico*. Recuperado el 28 de Junio de 2014, de <http://promexico.gob.mx>

Revista Fortuna. (12 de Junio de 2013). *Representan tiendas de la esquina 90 por ciento de puntos de venta*. Recuperado el 28 de Junio de 2014, de <http://revistafortuna.com.mx>

SDP.Noticias. (15 de mayo de 2014). ¡OXXOS por todos lados!¿Las tienditas de la esquina, condenadas a desaparecer? *Ell Universal* , pág. 35.

Servicio de Administración Tributaria. (01 de Enero de 2014). *SAT*. Recuperado el 20 de mayo de 2014, de www.sat.gob.mx

Silva Riquer, J. (1993). *Los negocios y las ganancias, de la Colonia al México Moderno*.

México: Instituto de Investigaciones Historicas UNAM.

SUBERZA, E. (4 de noviembre de 2013). "La tienda de la esquina tiene sus días contados".

el universal , pág. 26.

TABLA 1. ACTIVIDADES MÁS REPRESENTATIVAS EN MÉXICO.....2563

TABLA 2. COMPARACIÓN DE UNIDADES ECONÓMICAS 2004-2009.....2565

TABLA 3. DIRECTORIO ESTADÍSTICO NACIONAL DE ENTIDADES ECONÓMICAS.....2568

TABLA 4. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE UNIDADES ECONÓMICAS EN PACHUCA, HIDALGO2569

TABLA 5. UNIDADES ECONÓMICOS DE COMERCIO AL POR MENOR2573

FIGURA 1. NÚMERO DE UNIDADES ECONÓMICAS2563

FIGURA 2. CLASIFICACIÓN DE COMERCIOS POR NÚMERO DE TRABAJADORES2564

FIGURA 3 PORCENTAJE DE NEGOCIOS POR TAMAÑO Y GENERACIÓN DE EMPLEOS2565

FIGURA 4. CÁLCULO DE LA MUESTRA.....2583

Acciones de las empresas manufactureras exportadoras regionales, hacia el marketing ecológico.

Dr. Eduardo Muñoz Bautista

Mtra. Sofía Emilia López García

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen

El relevante papel del desarrollo sostenible que se está tomando en decisiones empresariales, por conciencia, responsabilidad o sensibilidad social, orienta el estudio en empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo sobre la atención a iniciativas para transitar hacia el marketing ecológico como parte fundamental del desarrollo sostenible desde la percepción de 25 altos directivos y 250 empleados operativos, la investigación fue de corte cuantitativa, exploratoria, probabilística por área y cuotas, basada en dos constructos: decisiones ambientales y valor para la sociedad, mediante encuesta personal utilizando un cuestionario con preguntas de escala de Likert, haciendo un análisis de corte cuantitativo, descriptivo e inferencial univariado chi cuadrada y tabulaciones cruzadas entre los empleados de nivel directivo con los de nivel operativo. Los resultados reflejan que las decisiones ambientales demuestran debilidades en el uso de materiales para producir otros bienes, así como en el valor para la sociedad en realizar investigaciones de mercado para identificar sus necesidades, gustos y preferencias de los consumidores. Así mismo, se destaca que hay que trabajar en todo el contexto del marketing ecológico para apoyar al desarrollo sustentable.

Palabras clave

Desarrollo sustentable, Márketing ecológico, Empresas manufactureras, Decisiones ambientales

Introducción

Una de las problemáticas que en la actualidad el mundo atraviesa y está adquiriendo una gran importancia es la del desarrollo sostenible que afecta tanto a los consumidores como a los decisores empresariales. En este contexto se sostiene que se incrementan cada vez más los consumidores para quienes el atributo ecológico resulta un elemento que influye su decisión de compra (Calomarde, 2000); por otro, se incrementan las empresas que buscan un desarrollo sostenible y que están incluyendo en sus decisiones de producción, intercambio y cultura organizacional, el respeto al medio ambiente, ya sea por conciencia sobre la afectación de la contaminación y del agotamiento de recursos; por la responsabilidad que impone la normatividad relacionada; o por la sensibilidad estratégica sobre el beneficio mutuo tanto para la empresa, como para el consumidor y para la sociedad, que genera la inversión en acciones de responsabilidad ambiental (Maftai, 2012).

En este orden de ideas se pretende analizar la percepción, sobre el proceso de atención a iniciativas para transitar hacia una mercadotecnia ecológica, en las empresas manufactureras exportadoras del Estado de Hidalgo, desde la voz de los colaboradores internos (directivo y operativos), a fin de soportar propuestas enfocadas hacia la sustentabilidad de las mismas, de tal manera que se llevó a cabo una revisión de la literatura respecto al desarrollo sustentable, marketing ecológico, empresas manufactureras y decisiones ambientales.

Revisión de la literatura

Algunos enfoques que destacan el relevante papel que está tomando la sustentabilidad en las decisiones empresariales, plantean: El capital natural son bienes que son acervo de la naturaleza, el hombre ha podido elaborar productos que pueden sustituir o aprovechar mejor el capital natural generando un nuevo valor, disminuyendo el consumo del capital natural (Chavarro y Quintero, 2011).

La naturaleza contiene diversos recursos renovables y limitados que los seres humanos pueden aprovechar para satisfacer sus necesidades, sin embargo se hace “necesario que las decisiones sobre el estilo de vida que tomemos respeten la sostenibilidad a largo plazo de esos recursos, así como la necesidad de conservar la naturaleza por su valor intrínseco y no sólo por su valor desde un punto de vista utilitario”, (...), la vitalidad económica se da cuando “todos tengan las posibilidades y las competencias para acceder a los recursos que se necesitan para una calidad de vida satisfactoria en el marco del desarrollo sostenible” (UNESCO, 2010:20).

El desarrollo sostenible, de acuerdo a la propuesta hecha por la Comisión de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CMMAD) o Comisión de Bruntland manifestada en 1987 en el informe “Nuestro Futuro Común”, se considera como “...el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (CMMAD, 1990: 67). Por su parte el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD, por sus siglas en inglés) de acuerdo al reporte de su visión al 2050, sostiene que este enfoque ambiental, entraña grandes oportunidades, e indica que “durante la próxima década los retos globales ligados al crecimiento, la urbanización, la escasez de recursos, y

el cambio medio ambiental pasaran a ser motores estratégicos para los negocios” (High Residence. 2012: 12).

Dentro del marketing ecológico (ecomarketing, marketing verde, mercadotecnia ambiental o mercadotecnia sostenible) en un papel innovador, promotor o inversor, las empresas pretenden dar un enfoque estratégico para lograr una imagen de continuidad, dirección y conexión, ofreciendo marcas culturales, que abordan problemas sociales, económicos y medioambientales de la sociedad, y por ello resaltan con un mayor valor a la marca (Kotler et al., 2010); así las empresas buscan generar una ventaja competitiva y a la vez mejorar el rendimiento medioambiental y empresarial (Arifin, 2012).

Cada vez hay más consumidores que aumentan su interés por productos que sugieran, por medio de un eco-etiquetado, respeto por el medio ambiente. En resultados como los del estudio de Pickett-Baker y Ozaki (2008), se encontró que existe una correlación entre la confianza de los consumidores con respecto al rendimiento de los productos ecológicos y sus creencias pro-ambientales; y algunos consumidores reportaron que marketing verde es relevante para su estilo de vida (Khare, Mukerjee, y Goyal, 2013); ambos hallazgos reflejan que los hábitos de compra de los consumidores están integrando nuevos elementos de decisión; la mercadotecnia por tanto requiere poner mayor énfasis en la conveniencia de considerar las inclinaciones pro-ambientales de los consumidores, en sus estrategias para satisfacción de sus necesidades (Carter, 2005).

Los elementos básicos que intervienen en el marketing ecológico son: entorno y desarrollo sostenible (Calomarde, 2000); de esta forma el mismo autor lo define:

El marketing ecológico es un modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria para las partes que en ella intervienen, la sociedad y el entorno natural, mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción por una de las partes de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita, de forma que, ayudando a la conservación y mejora del medio ambiente, contribuyan al desarrollo sostenible de la economía y la sociedad. (Calomarde, 2000:22).

Salgado, Subirá y Beltrán, (2009: 198) sostienen que el marketing ecológico se identifican dos vertientes: la social y la empresarial, la primera la llevan a cabo instituciones sin fines de lucro para difundir ideas y comportamientos deseables entre los ciudadanos; y en la segunda, para comercializar productos ecológicos, en la cual las empresas desarrollan procesos de producción que contribuyan al desarrollo sustentable “en este proceso el ecodiseño debe ir unido a la difusión de una cultura de suficiencia” Por su parte Kotler et al., (2010:107) sostiene que “el ecomarketing promueve la idea de que el medio ambiente es un bien público, debe ser protegido y respetado”.

Si bien la prioridad de una empresa es hacer negocios rentables económicamente, así como estar mejor preparadas para ingresar o mantenerse en los mercados regionales, nacionales o internacionales (Domínguez, Resendiz, Corona, 2012), enfrentar el ambiente competitivo, asegurar la supervivencia, aprovechar las oportunidades y generar ventajas competitivas (Blanco, Ruiz y Verján, 2012); también requiere estar orientada a crear valor en la sociedad, a cuidar y a conservar el medio ambiente, si quiere lograr la sustentabilidad y colaborar con un desarrollo económico y social.

Las empresas ante la aparente paradoja de expandirse en los mercados y a la vez ser responsable ambiental, la actividad económica de la empresa visionaria o que participa en mercados globales, evoluciona hacia la gestión de la conciencia social y del medio ambiente; la actividad de la mercadotecnia, como función orientadora de las decisiones de toda la organización hacia el fin común de satisfacer las necesidades de un cliente que, cada vez más a nivel mundial, demanda ser visto menos como consumidor y más como ser humano, con mente, corazón y alma (Kotler, Kartajaya y Setiawan, 2010), mantiene la responsabilidad ambiental como política de todas las áreas de la organización (Neagu, 2012).

Es relevante enfatizar que las empresas manufactureras son empresas que producen productos terminados y a su vez se dividen en empresas que producen bienes de consumo final como: alimentos, prendas de vestir, aparatos y accesorios eléctricos, etc. y empresas que producen bienes de producción que primero satisfacen a la industria de bienes de consumo final como: productoras de papel, materiales de construcción, maquinaria pesada o ligera, productos químicos, etc. (Münch y García, 2009: 53). Por su parte el INEGI (2012a) considera que las industrias manufactureras se identifican como actividad secundaria.

La gestión ambiental se considera al conjunto de acciones para la toma de decisiones encaminadas a lograr conservación, defensa y mejoramiento del medio ambiente, considerando la información multidisciplinaria con la participación de los ciudadanos viéndose a sí mismo como responsable de la protección del medio ambiente, esta visión debe estar orientada al desarrollo humano, con calidad ambiental logrando un equilibrio

ecológico. La gestión ambiental establece principios de los cuales sobresalen: regulación de la capacidad de absorción del medio a los impactos; previsión de impactos ambientales; ordenamiento de la planificación territorial; monitoreo de informes de las condiciones ambientales e impulso a la educación ambiental (Sánchez, 2012).

En materia de decisiones ambientales las empresas deben mantener en la responsabilidad ambiental un enfoque precautorio, es decir, la gestión de riesgos ambientales. Así mismo crear valor para la sociedad con la ética del marketing, como ejemplo, mantener la privacidad y protección de la información del consumidor, protección a la salud y seguridad de los consumidores, servicios y atención al cliente, resolución de disputas e indemnización, educación y toma de conciencia (Veloz, 2011).

Cada vez más, dada la expansión de las redes virtuales de personas, las empresas, sus productos y marcas están expuestas a la evaluación pública en función de sus resultados y beneficios para el consumidor y la sociedad, por lo que se ve precisada a dar prioridad a la satisfacción de necesidades de personas “humanas” integrales y completas: cuerpo, mente, corazón y alma, y no solo a personas “consumidoras”; y a través de ello puedan asegurar beneficios para ambos, sociedad, clientes, socios y la misma organización (Kotler et al., 2010). Para lograr un comportamiento ético medioambiental es necesario informar y educar a las empresas y a la sociedad, identificando comportamientos favorables para todas las partes que intervienen en las relaciones de intercambio en las empresas, de modo que contribuyan al desarrollo sostenible del entorno económico y del entorno natural que los soporta.

Hay diversas teorías que fundamentan el comportamiento de las prácticas éticas en los negocios: la teoría de la legitimidad que sostiene que las acciones empresariales se orientan mediante los valores de una sociedad (Medina, Ramírez y Hernández, 2012); otra teoría que podría etiquetarse como responsable social, es la de las intenciones la cual considera que las acciones son buenas cuando se atiende a dos reglas: la conciencia y las leyes, esto es que si se cumple con las leyes sus actos son relevantes y viceversa (Calvo, 2006).

Objetivo del estudio

Analizar la percepción interna, desde la voz de los colaboradores (directivo y operativo), sobre acciones e iniciativas para transitar hacia el marketing ecológico, en las empresas manufactureras exportadoras del Estado de Hidalgo, como apoyo al desarrollo sustentable.

Objetivos específicos

- Identificar las acciones en sus decisiones ambientales, de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo en los municipios de Pachuca de Soto, Tulancingo de Bravo, Tepeapulco y Tizayuca, desde el punto de vista directivo y operativo.
- Identificar las acciones de valor para la sociedad, de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo en los municipios de Pachuca de Soto, Tulancingo de Bravo, Tepeapulco y Tizayuca, desde el punto de vista directivo y operativo.

Problema de investigación

Trejo (2012) sostiene que en la región del estado de Hidalgo son sólo 4 empresas las que reportan su responsabilidad social, así mismo Muñoz y López (2013) identificaron que de 40 empresas exportadoras sólo tres reportan sus actividades en este contexto dos de ellas son manufactureras y una del área comercial, siendo el total de 37 empresas que no reportan su responsabilidad social 36 del ramo manufacturero y una del comercial, por lo que el problema se centra en el desconocimiento de acciones que están realizando las empresas manufactureras exportadoras en el estado de Hidalgo en materia del marketing ecológico como elemento de apoyo al desarrollo sustentable.

Desarrollo

Metodología

La muestra fue de un total de 25 empresas distribuidas en cuatro de los municipios haciendo uso de la técnica de muestreo probabilístico por áreas en quedando de la siguiente manera: Pachuca de Soto 8, en Tepeapulco 5, en Tizayuca 7 y en Tulancingo de Bravo 5, el instrumento utilizado está basado en dos constructos: Decisiones ambientales (protección al medio ambiente conservando los recursos naturales, manejo y prevención a la contaminación, leyes y programas de protección al medio ambiente) y Crear valor en la sociedad (ética del marketing e investigación con clientes) con preguntas de escala de Likert de uso muy definido, con totalmente en desacuerdo 1, 2, 3, 4, 5, a totalmente de acuerdo. El método de recolección fue de manera personal acudiendo a la dirección de las empresas y aplicando el cuestionario a un total de 250 empleados de nivel operativo y un directivo de cada empresa seleccionada.

Para la tabulación se utilizó el paquete estadístico StatisticalPackageforthe Social Sciences (SPSS) versión 21.0, en cuanto a las herramientas estadísticas se utilizaron: La Técnica de análisis factorial para verificar el instrumento de medición los grupos de preguntas que miden una variable, efectivamente lo hagan. Análisis descriptivo con la finalidad de describir la situación actual de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo de acuerdo a cada constructo y las variables establecidas, conforme a los sujetos de estudio. Análisis inferencial Chi cuadrada: Tabulaciones cruzadas Chi cuadrada para analizar la relación entre los sujetos de investigación y las variables Comprobar la relación existente entre los sujetos de investigación (ejecutivos y operativos).y sus dimensiones.

Resultados

Los resultados obtenidos de manera descriptiva están basados en las frecuencias de acuerdo y totalmente de acuerdo retomándose las frecuencias y porcentajes respectivos, estadísticos de la media y desviación estándar (D.E) de las consideraciones de los empleados de nivel operativo de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo. Así mismo, se determina un análisis inferencial univariado, chi cuadrada por tipo de empleado.

En cuanto a las decisiones ambientales de las empresas manufactureras del estado de Hidalgo desde la perspectiva del sus directivos, refiriendo a la protección del medio ambiente y conservando los recursos naturales se identifica que el 92% establece que los materiales utilizados para producir los productos que la empresa exporta son en pro del desarrollo sustentable, así como el 68% manifestó contar con materiales de instalación para la protección del medio ambiente; en cuanto al manejo y prevención a la contaminación, las

acciones que realizan de las 3R's, el 76% reduce el consumo de materiales contaminantes, el 68% reciclan y reúsan materiales; describiendo el cumplimiento de leyes y programas de protección al medio ambiente, resultando que el 80% da cumplimiento a las leyes ambientales y el 72% manifestó dar seguimiento a los programas de protección del medio ambiente y del desarrollo sustentable tanto internacional, nacional, estatal.

En cuanto al análisis estadístico de desviación estándar las puntuaciones están sesgadas a la derecha presentando dispersiones relativamente altas. Lo que indica que las empresas manufactureras del estado de Hidalgo desde la perspectiva del sus directivos realizan acciones en protección al medio ambiente, manejo y prevención de la contaminación así como dan cumplimiento a los programas y leyes ambientales, Sin embargo se muestra que algunas empresas desconocen o no lo lleva a cabo.

En cuanto a las decisiones ambientales (empleado de nivel operativo) refiriendo a la protección del medio ambiente y conservando los recursos naturales se identifica que el 65% establece que los materiales utilizados para producir los productos que la empresa exporta son en pro del desarrollo sustentable, así como el 67% manifestó contar con materiales de instalación para la protección del medio ambiente. En cuanto al manejo y prevención a la contaminación, las acciones que realizan de las 3R's, el 73% reduce el consumo de materiales contaminantes, el 65% reciclan y reúsan materiales el 69%. Describiendo el cumplimiento de leyes y programas de protección al medio ambiente, 68% da cumplimiento a las leyes ambientales y el 65% manifestó dar seguimiento a los programas de protección del medio ambiente y del desarrollo sustentable tanto internacional, nacional y estatal.

Los datos estadísticos reflejan que las puntuaciones medias están sesgadas a la derecha presentando dispersiones relativamente altas. Lo que indica que desde la perspectiva de los empleados de nivel operativo de las empresas manufactureras del estado de Hidalgo, realizan acciones en protección al medio ambiente, manejo y prevención de la contaminación así como dan cumplimiento a los programas y leyes ambientales, Sin embargo se muestra que algunas empresas desconocen o no lo lleva a cabo.

El comparativo de empleados directivos y operativos de las decisiones ambientales en empresas manufactureras exportadoras (ver tabla 1) donde refleja diferencias en cuanto a los materiales utilizados para producir los productos que la empresa exporta son pro del desarrollo sustentable, así mismo en cumplimiento a las leyes ambientales y dar seguimiento a los programas de protección del medio ambiente y del desarrollo sustentable tanto internacional, nacional, estatal. No obstante hay similitud de opiniones en cuanto a cuenta con materiales de instalación para la protección del medio ambiente, al manejo y prevención a la contaminación en actividades de reducción, reciclar y reusar materiales.

Tabla 1. Comparativo de empleados directivos y operativos de las decisiones ambientales en empresas manufactureras exportadoras

Dimensión	Variables	%	
		Directivos	Operativos
Protección al medio ambiente conservando los recursos naturales	<ul style="list-style-type: none"> Materiales utilizados para producir los productos que la empresa exporta son pro del 	92	65

	desarrollo sustentable.		
	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con materiales de instalación para la protección del medio ambiente. 	68	67
Manejo y prevención a la contaminación	<ul style="list-style-type: none"> • Reduce el consumo de materiales contaminantes • Reciclan y reúsan materiales 	76	73
Cumplimiento de las leyes y programas de protección al medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento a las leyes ambientales • Da seguimiento a los programas de protección del medio ambiente y del desarrollo sustentable tanto internacional, nacional, estatal. 	80	68
		72	65

Fuente: elaboración propia

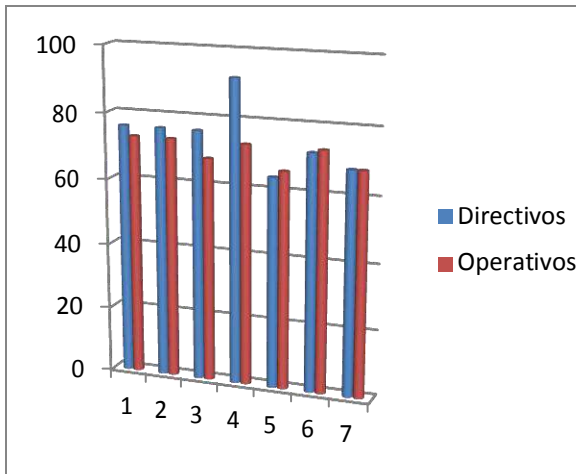
En cuanto al segundo constructo de valor para la sociedad de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo desde la perspectiva del sus directivos, contando con dos dimensiones: la ética del marketing e investigación con clientes. En cuanto a la primera se identifica que más del 76% realiza las siguientes acciones: privacidad y protección de la

información del consumidor, tiene servicios y atención al cliente, apoya a la educación y toma de conciencia del cuidado al medio ambiente, resaltando con un 92% que en sus productos menciona los usos, el contenido y sus precauciones . No obstante sólo el 64% da resolución a las disputas de los clientes y/o los indemniza. En cuanto a la segunda dimensión el 72% de estas empresas realizan investigaciones de mercado para identificar sus necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.

Los estadísticos señalan que las puntuaciones medias están sesgadas hacia la derecha, presentando dispersiones relativamente altas. Lo que indica que la mayoría de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo desde la perspectiva del sus directivos en referencia a su mercadotecnia respetan al consumidor, no obstante algunas dudan o no lo desarrollan.

En cuanto al valor para la sociedad las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo desde la perspectiva de sus empleados de nivel operativo, con dos dimensiones: la ética del marketing e investigación con clientes, los datos descriptivos en cuanto a la primera se identifica que en promedio del 73% realiza las siguientes acciones: privacidad y protección de la información del consumidor, tiene servicios y atención al cliente, menciona los usos y el contenido y sus precauciones, el 68% de las empresas apoya a la educación y toma de conciencia del cuidado al medio ambiente, no obstante sólo el 66% da resolución a las disputas de los clientes y/o los indemniza. En cuanto a la investigación con clientes el 73% de estas empresas realizan investigaciones de mercado para identificar sus necesidades, gustos y preferencias de los consumidores; el 68% considera que si están exigiendo los clientes que los productos sean orientados a cuidar el medio ambiente.

Grafico1. Comparativo por tipo de empleado en el valor para la sociedad



Fuente: Elaboración propia

El Grafico 1 refleja el comparativo por tipo de empleado en el valor para la sociedad, encontrándose diferencias en apoya a la educación y toma de conciencia del cuidado al medio ambiente y en sus productos menciona los usos, el contenido y sus precauciones, igualados en exigencia de los clientes que los productos sean orientados a cuidar el medio ambiente, manteniendo similitud las demás variables.

No	Columna
1	Privacidad y protección de la información del consumidor
2	Servicios y atención al cliente
3	Apoya a la educación y toma de conciencia del cuidado al medio ambiente
4	En sus productos menciona los usos, el contenido y sus precauciones
5	Resolución a las disputas de los clientes y/o los indemniza
6	Realiza investigaciones de mercado para identificar sus necesidades, gustos y preferencias de los consumidores
7	Exigencia de los clientes que los productos sean orientados a cuidar el medio ambiente.

Análisis inferencial univariado, chi cuadrada por tipo de empleado en 275 casos (250 empleados de nivel operativo y 25 de nivel directivo), sobre las Decisiones ambientales en las tres dimensiones: Protección al medio ambiente conservando los recursos naturales;

Manejo y prevención a la contaminación; Cumplimiento de las leyes y programas de protección al medio ambiente, sobre las siguientes hipótesis plateadas:

Ho: Las decisiones ambientales son independientes del tipo de empleado.

H1: Las decisiones ambientales no son independientes del tipo de empleado.

Identificando el grado de significancia de acuerdo al valor de $p > 0,05$ no es significativa y $P < 0,05$ es significativa.

En la tabla 2, los resultados muestran que los empleados directivos y operativos en referencia a la dimensión protección al medio ambiente y conservando los recursos naturales: en el uso sostenible de los recursos es significativa y hay influencia entre las variables, en la protección ambiental la asociación es moderada la cual no es significativa y no hay influencia entre las variables; en la dimensión manejo y prevención a la contaminación reduce hay una asociación moderada en recicla la asociación es baja y en reúsa hay una asociación muy fuerte la cual no es significativa y no hay influencia entre las variables.

Tabla 2. Análisis de inferencias Chi cuadrada en las decisiones ambientales por tipo de empleado

Protección al medio ambiente conservando los recursos naturales						
Variab	Chi	Phi	Valor	Grado de	Influencia	Hipótesis
	cuadrada		de P	significación		Ho
Los materiales	9.660	.188	.047	Es	Hay	Se rechaza

utilizados para producir los productos que la empresa exporta son pro del desarrollo sustentable				significativa	influencia	
Cuenta con materiales de instalación para la protección del medio ambiente?	4.679	.130	.322	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza

Manejo y prevención a la contaminación

Realiza acciones de reducir el consumo de materiales contaminantes	4.017	.121	.404	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza
Realiza acciones de reciclar	5.027	.135	.284	No es significativa	No hay influencia entre las	No se rechaza

materiales?					variables	
Realiza	1.866	.082	.780	No es	No hay	No se
acciones de				significativa	influencia	rechaza
reúso de					entre las	
materiales					variables	

Cumplimiento de las leyes y programas de protección al medio ambiente

Cumplimiento	5.363	.140	.252	No es	No hay	No se
cabalmente con				significativa	influencia	rechaza
las leyes					entre las	
internacionales,					variables	
nacionales y						
estatales en						
protección del						
medio						
ambiente y del						
desarrollo						
sustentable						
Realiza	5.176	.137	.270	No es	No hay	No se
acciones de				significativa	influencia	rechaza
seguimiento a					entre las	
los programas					variables	
protección del						
medio						

ambiente y del
desarrollo
sustentable
tanto
internacional,
nacional,
estatal

Fuente: Elaboración propia

Análisis inferencial univariado, chi cuadrada por tipo de empleado en 275 casos (250 empleados de nivel operativo y 25 de nivel directivo), sobre el valor para la sociedad de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo desde la perspectiva del sus directivos, contando con dos dimensiones: la ética del marketing e investigación con clientes, sobre las siguientes hipótesis plateadas:

Ho: El valor para la sociedad es independiente del tipo de empleado.

H1: El valor para la sociedad no es independiente del tipo de empleado.

Identificando el grado de significancia de acuerdo al valor de $p > 0,05$ no es significativa y $P < 0,05$ es significativa.

Los resultados muestran que los empleados directivos y operativos en referencia a la dimensión de ética del marketing se identifica que la asociación muy fuerte se da en los servicios y atención al cliente, asociación moderada en protección y seguridad a los consumidores así como en resolución de disputas e indemnizaciones, la asociación baja se ubica en la privacidad y protección de la información del consumidor, hay asociación muy

baja en cuanto a la educación y toma de decisiones reflejando que no son significativas y no hay influencia entre las variables; en la dimensión investigación con clientes se identifica una asociación muy baja en el referente que los clientes y/o consumidores de los productos de la empresa están exigiendo que estos sean orientados a cuidar el medio ambiente, reflejando que no son significativas y no hay influencia entre las variables, no obstante en la realización de investigaciones de mercado de parte de la empresa se identificó una asociación significativa lo que implica que hay una influencia entre las variables (ver tabla 3).

Tabla 3. Análisis de inferencias Chi cuadrada en el valor para la sociedad por tipo de empleado

Ética del marketing							
Variab	les	Chi	Phi	Valor	Grado de	Influencia	Hipótesis
		cuadrada		de P	significación		Ho
Mantiene	en	6.303	.151	.178	No es	No hay	No se
privado	la				significativa	influencia	rechaza
información						entre las	
proporcionada						variables	
por	los						
consumidores	a						
través	de						
investigaciones							
de mercado							

Manifiesta en sus productos los usos, el contenido, y precauciones	4.827	.132	.306	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza
Mantiene servicios y atención al cliente	.539	.044	.970	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza
Compensa al cliente cuando cometió algún incumplimiento	4.672	.130	.323	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza
Apoya a la educación y toma de conciencia del cuidado al medio ambiente	2.672	.099	.614	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza

Investigación con los clientes

Realiza investigaciones	10.904	.199	.028	Es significativa	Hay influencia entre las	Se rechaza
-------------------------	--------	------	------	------------------	--------------------------	------------

de mercado
 para identificar
 sus
 necesidades,
 gustos y
 preferencias de
 los
 consumidores

variables

Los clientes
 y/o
 consumidores
 de los
 productos de la
 empresa están
 exigiendo que
 estos sean
 orientados a
 cuidar el medio
 ambiente?

2.459 .095 .652

No es
 significativa

No hay
 influencia
 entre las
 variables

No se
 rechaza

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Referente a la conclusión se hace hincapié en las hipótesis planteadas en la Ho: Las decisiones ambientales son independientes del tipo de empleado, en seis de siete variables se acepta y solo en una refleja una posición diferenciada de los empleados y directivos destacando lo siguiente: en la dimensión de la Protección al medio ambiente conservando los recursos naturales en la variable los materiales utilizados para producir los productos en pro del desarrollo sustentable.

En cuanto a la Ho: El valor para la sociedad es independiente del tipo de empleado, en seis de siete variables se acepta y solo en una refleja una posición diferenciada de los empleados y directivos destacando lo siguiente en la dimensión de investigación de mercados, en la variable de realizar investigaciones de mercado para identificar sus necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.

Es relevante aseverar que en estas hipótesis rechazadas se deberá de fortalecer las actividades ya que son fundamentales para la transición hacia el marketing ecológico y con miras al desarrollo sustentable ya que el cuidado y conservación al medio ambiente es una preocupación a nivel nacional e internacional.

Discusión

En función de los principios que Sánchez (2012) manifiesta, regulación de la capacidad de absorción del medio a los impactos, previsión de impactos ambientales, ordenamiento de la planificación territorial, monitoreo de informes de las condiciones ambientales, impulso a la educación ambiental; los de Veloz (2011) sobre las prácticas de las 3Rs y las de Medina et al. (2012), se identifica el proceso de transición de las empresas exportadoras hacia la

cultura de la sustentabilidad, la proporción de empresas que intentan, con diverso nivel de éxito, este proceso indica la motivación, pero a la vez evidencia las limitaciones para incursionar en estas prácticas de clase mundial.

Si se apoya a las exportadoras para desarrollar sus competencias organizacionales y de comercialización se podría impulsar al segmento que está en el plan de „intento“ a integrarse en el conjunto de entidades que incluyen en su operación la cultura del marketing ecológico como apoyo a la sustentabilidad (Calvo, 2006), fortaleciendo un ciclo virtuoso de beneficio y desarrollo económico, social y ambiental.

REFERENCIAS

- Arifin, Z. (2012). Analysis of green marketing strategy on real estate company to achieve competitive advantage: A case study of IjenNirwana residence, Malang, East Java. *International Journal of Academic Research*. Vol. 4.No. 1. P. 145-149 Retomado de: http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdf_viewer/pdfviewer?vid=11&sid=befc0858-5e18-4999-a6ef-1046cc0eb4c5%40sessionmgr4005&hid=4101
- Blanco, P., Ruiz, J.G. y Verjan R. (2012). Plan de mercadotecnia para diversificación de mercados en servicios legales ambientales. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*. Volume 7, Number 1. Retomado de: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=befc0858-5e18-4999-a6ef-1046cc0eb4c5%40sessionmgr4005&hid=4101>
- Calomarde, J.V. (2000). *Marketing ecológico*. Edit. Pirámide y Edit. ESIC. España.
- Calvo, C. (2006). Las diferentes teorías que sustentan la Responsabilidad Social de la Empresa: Estado de situación y prospectiva. RENU DIRSE, *Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Retomado de: <http://www.redunirse.org/index.php/?q=node/58>
- Carter, M. (2005). 6 Mercadotecnia (Marketing). *La gestión de centros comerciales*. P 141-163. ISBN 9781582680569 Retomado de: http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdf_viewer/pdfviewer?vid=6&sid=befc0858-5e18-4999-a6ef-1046cc0eb4c5%40sessionmgr4005&hid=4101

Chavarro, A. Quintero, J. (2011). Economía ambiental y economía ecológica: hacia una visión unificada de la sostenibilidad. *Revista Ideas ambientales No 2*. Retomado de:
http://blog.unach.mx/vicente_castro/files/2011/10/1.Econom%25C3%25ADaAmbiental-Ecol%25C3%25B3gica.pdf

Comisión Mundial del medio Ambiente y Desarrollo [CMMAD], (1990). *Nuestro futuro común*. Editorial Alianza, Madrid.

Domínguez, M.C., Resendiz, M. y Corona, M.A. (2012). Estrategias de mercadotecnia en empresas manufactureras de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla 2010. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*. Volume 7. Number 1
Retomado de: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=befc0858-5e18-4999-a6ef-1046cc0eb4c5%40sessionmgr4005&hid=4101>

Fischer, L. y Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. 3ª edición, McGraw-Hill, México.

High Residence. (2012). *Desarrollo Sustentable de México 2012*. Autor. México.

Khare, A., Mukerjee, S. y Goyal, T. (2013). La influencia social y el marketing verde: Un estudio exploratorio sobre los consumidores indios. *Journal of customer behaviour*, 2013, Vol. 12, No. 4, pp. 361-381, ISSN1475-3928 print /ISSN1477-

6421.Retomado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=35d0b175-8028-4dc3-921a-b66e769c99ef%40sessionmgr110&hid=113>

Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2011). *Marketing 3.0*. Edit. LID. España.

Maftai, D. (2012). Ecomarketing for the company? Why? *The USV Annals of Economics and Public Administration*. Volume 12, Issue 2(16), pp 106-112. Retomado de: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=befc0858-5e18-4999-a6ef-1046cc0eb4c5%40sessionmgr4005&hid=4101>

Mankiw, G. (2009). *Principios de Economía*. CengageLearning Editores, S.A de C.V. 5ª Edición. México.

Medina, L. Ramírez, J y Hernández, A. (2012). Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE). *Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara*. Retomado de: http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/Foro_Contabilidad_ambiental/resumenes/Medina_Teor%C3%ADas_sobre_la_responsabilidad.pdf

Muñoz, E. y López, S. (2013). Las empresas exportadoras del estado de Hidalgo y el desarrollo sustentable. Una revisión hacia el ser ESR. En *Gaona, E. Hernández, Z., Rodríguez, E., Velázquez, D. Pacto por México* Edit. UAEH. ISBN 978-607-482-340-0 México

- Neagu, O. (2012). Communication in the Ecological Marketing. *Studia Universitatis "Vasile Goldiș", Seria Științele Vieții*. Vol. 22, issue 4, pp. 587-595. Retomado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=3bc66805-8b92-4a99-8f9f-5c9429cd419e%40sessionmgr115&hid=121>
- Salgado L. Subirá, M. E. y Beltrán, L.F. (2009). Consumo orgánico y conciencia Ambiental de los consumidores. *Problemas del desarrollo*. Vol. 40, núm. 157, pp.189 – 199 Retomado de: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=befc0858-5e18-4999-a6ef-1046cc0eb4c5%40sessionmgr4005&hid=4101>
- Sánchez, E. (2012). *Economía ambiental*. Contribuciones a la Economía. Universidad de Málaga. ISSN 1696-8360.
- UNESCO, (2010). La Lente de la Educación para el Desarrollo Sostenible: Una herramienta para examinarlas políticas y la práctica. *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Japan Funds-in-Trust La Educación para el Desarrollo Sostenible en acción Instrumentos de aprendizaje y formación N° 2 – 2010 Retomado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001908/190898s.pdf>
- Veloz, E. (2011). La norma ISO 26000 ¿Nueva oportunidad para el impulso de la Responsabilidad Social? En Pérez, J. (2011 *La Responsabilidad Social Mexicana, Actores y Temas*. págs. 160 - 175. Edit. Cooperación Internacional. México.

Planeación estratégica para la implementación de Comercio Electrónico como herramienta mercadológica para la pequeña y mediana empresa, comercial y de servicios, en el municipio de Pachuca, Hgo.

M.G.A Theira Irasema Samperio Monroy

M.T. E. Sandra Luz Hernández Mendoza

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Resumen

La actual globalización en nuestro país requiere que las empresas sean competitivas y generadoras de empleos.

El impacto de Internet en el mundo entero ha sido realmente arrollador, de una u otra forma todos hablan de Internet, recurren a él y/o realizan negocios en línea, lo que conocemos como *E-commerce* comercio electrónico.

En particular, las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), comerciales y de servicios, del municipio de Pachuca, Hidalgo, requieren del uso de estas tecnologías que abra sus posibilidades de crecimiento y sólido desarrollo, al incrementar y fortalecer sus capacidades que les permita fortalecer su posición en el mercado y consolidar su competitividad.

El presente trabajo, como una propuesta de estrategia mercadológica, surge como una inquietud para concentrar los elementos claves que intervienen en el establecimiento de estrategias de negocios de las PyMEs, apoyados en las herramientas de comercio electrónico basadas en Internet.

Palabras clave: Comercio electrónico, pyme, Internet.

a. Introducción

La economía actual muestra grandes cambios con respecto a la conocida hasta hace unos pocos años. Uno de los cambios más dramáticos y significativos es la tendencia hacia un mercado más competitivo, especializado, global y afianzado en Internet.

La combinación de las Tecnologías de Información basadas en Internet y los procesos de negocios, han originado nuevos conceptos de comercialización con enfoque electrónico.

Las micro y pequeñas empresas, más flexibles, en general, en sus planteamientos que las medianas y grandes empresas, pueden disponer aquí de un modelo de negocio nuevo, capaz de generar comercio electrónico rentable.

En México, aproximadamente el 98% de los establecimientos son micro, pequeñas y medianas empresas (SIEM, 2007) que presentan una gran capacidad de adaptación y crecimiento, y constituyen un factor crítico de estabilidad económica y social. Sin embargo, ante el actual escenario económico de globalización, estas empresas enfrentan numerosos obstáculos y rezagos que limitan su capacidad productiva y que sólo podrán superarse mediante el uso correcto de las tecnologías de información orientadas al comercio electrónico.

En particular, las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), comerciales y de servicios, del municipio de Pachuca, Hidalgo, requieren del uso de estas tecnologías que abra sus posibilidades de crecimiento y sólido desarrollo, al incrementar y fortalecer sus capacidades que les permita fortalecer su posición en el mercado y consolidar su competitividad.

b. Desarrollo

Generalidades de las PyMEs

La actual globalización en nuestro país requiere que las empresas sean competitivas y generadoras de empleos. La pequeña y mediana empresa (PyME) constituye una de las grandes oportunidades para los países que, como México, quieren competir y exportar.

Las PyMEs en México tienen la vital importancia de ser motores del crecimiento económico del país.

El criterio adoptado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, cataloga a las pequeñas y medianas empresas como aquellas cuyos ingresos acumulables en el ejercicio inmediato anterior no sean superior a veinte millones de pesos, pero tampoco inferiores a millón y medio de pesos; con esto el contribuyente podrá determinar fácilmente si su empresa es pequeña o mediana, o bien rebasa esta clasificación.

Para efectos de este trabajo, a continuación se presenta una tabla que muestra dicha clasificación, con datos proporcionados por Nacional Financiera y autorizados por su Consejo Directivo en diciembre de 2002, publicado en el Diario Oficial de la Federación, para los sectores industrial, comercial y de servicios, y que es el mismo criterio que utiliza la Secretaría de Economía, y está basado en el número de personas que ocupan (Ver Tabla 1.1).

TAMAÑO	SECTOR		
	CLASIFICACIÓN SEGÚN EL NÚMERO DE EMPLEADOS		
	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
Grande	Más de 250	Más de 100	Más de 100

Tabla 1.1 Clasificación de las empresas. Fuente: Nacional Financiera, 2002.

Las Tecnologías de Información y Comunicación en la competitividad de las PyMEs

Un factor importante que define la presencia de las diferentes empresas en el escenario internacional y ubica a los países más allá de sus fronteras es la revolución tecnológica.

El aprendizaje tecnológico ha sido una pieza clave de la innovación y, por ende, de la competitividad. La tecnología y la habilidad para crearla y manejarla se han convertido en parte esencial del proceso competitivo. En el actual mundo globalizado, la tecnología es un factor necesario para ganar mercados o para conservarlos.

Sin duda, uno de los principales activos de las sociedades actuales son los servicios de comunicación o las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), y la capacidad para acceder y ofrecer este tipo de servicios refleja su grado de avance y desarrollo tecnológico, así como su nivel competitivo en un escenario globalizado.

En la última década, los procesos de apertura comercial han orillado a los países y sus gobiernos a implementar políticas para fomentar el desarrollo y la investigación tecnológica (Manufactura, 2005, septiembre); como resultado de esto, las sociedades han tenido acceso a mejores y más eficientes servicios de comunicación.

Las PyMEs y el comercio electrónico

Las PyMEs son el sector económico que más empleos genera y que más rápidamente crece en México. Son clave para acercar los productos al consumidor final y para dotar de insumos a las grandes empresas y cadenas comerciales. Sin embargo, la

mayoría se encuentra rezagada tecnológicamente. Mientras que las grandes empresas siguen invirtiendo fuertemente para agilizar sus sistemas de administración y construir una presencia en el Internet, las pequeñas se encuentran en fase rudimentaria debido a la falta de capitales, de estímulos o simplemente de información.

De acuerdo con INEGI, en México, a principios del nuevo milenio, menos del 15% de las PyMEs cuenta con el apoyo de una computadora y apenas el 14% tiene soporte de especialistas en sistemas. El gran reto es vincular a estas empresas a las nuevas tecnologías.

Así, un tema sobresaliente y actual, es la inversión en tecnología por parte de las empresas. El análisis del desarrollo tecnológico permite conocer las actividades que son más propensas al uso de la tecnología (CONCANACO, 2007: p. 47).

Muchas PyMEs ya comienzan a ser arrastradas por el cambio. Sus grandes clientes les exigen procesos tecnológicos básicos como enviar listas de precios o pedidos por la red, en otras palabras, empiezan a requerir herramientas a las que no están acostumbradas. Gracias a las nuevas herramientas de cómputo, las PyMEs pueden realizar el control de sus inventarios, llevar la contabilidad del negocio y comunicarse con proveedores y clientes, de manera bastante sencilla.

De acuerdo a datos de INEGI, en el sector comercio, el tamaño de las empresas es directamente proporcional al uso de la tecnología informática en su relación con clientes y proveedores, en procesos técnicos, y en mejoramiento de procesos; no así en procesos administrativos, donde las diferencias de tamaño de la empresa no muestran variantes significativas (CONCANACO, 2007: p. 48). Destaca el bajo uso de la tecnología en las empresas micro, como podemos observar en la Gráfica 1.2.

UTILIZACIÓN DE INTERNET EN LOS PROCESOS DE EMPRESAS COMERCIALES				
	EN SU RELACIÓN CON CLIENTES Y PROVEEDORES	EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS	EN PROCESOS TÉCNICOS DE DISEÑO	EN DESARROLLO DE PROGRAMAS PARA MEJORAR PROCESOS
Micro	4.1	6.9	2.5	2.2
Pequeña	60.3	83.6	34.7	34.5
Mediana	74.3	92.5	47.3	48.1
Grande	79.8	94.6	55.8	66.3

Tabla 1. 2 Establecimientos comerciales que utilizaron equipo informático e

Internet en alguno de sus procesos, 2003 (%). Fuente: INEGI, Censo Económico 2004.

Julio Villasante, socio de B-Nexus y Vicepresidente del Grupo de Trabajo de Proveedores de Tecnología del Comité Mexicano de Comercio Electrónico, afirma que el tema de la tecnología ya aparece como inquietud entre pequeños y medianos empresarios. Si bien por ahora son pocas las que están haciendo el cambio, el auge del comercio electrónico está sensibilizando a muchas.

Si bien es importante que las PyMEs comiencen a construir una presencia en Internet, lo mejor es avanzar con paso lento, para evitar gastos inútiles, comenzando por

operaciones básicas para realizar operaciones como enviar y recibir órdenes y pedidos. Un segundo paso para entrar al comercio electrónico, es comenzar a intercambiar información a través de la red. Se puede empezar por colocar productos en catálogos electrónicos. Desde 1999, la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico (AMECE) cuenta con un catálogo electrónico donde todos sus socios, cerca de 18 mil empresas, pueden subir sus productos sin costo alguno.

En una tercera etapa, el empresario pequeño puede abrir su propia página en Internet o su tienda virtual. Puede ser que en un principio no suceda un aumento espectacular de las ventas, pero aquellas empresas que se encaminen hacia el comercio electrónico estarán cortando rápidamente la brecha de competitividad que las separa de las grandes corporaciones.

Muchas empresas pequeñas se resisten al cambio porque consideran que implica fuertes inversiones. Lo cierto es que gracias a los múltiples planes de crédito que ya ofrece el mercado, hoy en día las computadoras están prácticamente al alcance de cualquier negocio.

El gerente de comercio electrónico de Telmex, Ricardo Curi, afirma que al poner en marcha nuevos planes de financiamiento se ha logrado modificar la curva de penetración de computadoras en el país. Desde finales del año pasado Telmex vendió a crédito cerca de 165 mil computadoras conectadas a la red y ante el éxito obtenido por esta telefónica, ahora los bancos, están ofreciendo sus propios esquemas de financiamiento. Las ofertas para microempresas incluyen, a grandes rasgos, computadora, conexión al Internet, impresora y aplicaciones básicas para el manejo operativo como Windows. *“Al final del camino todas las empresas pueden estar conectadas”*, dice la directora de la AMECE, Lourdes Sánchez de la Vega.

La revolución del comercio electrónico está más cerca que nunca. Dentro de unos años, entre el 30 al 60% del comercio mundial se realizará a través de la red y aquellas empresas que no empiecen a construir una presencia en el Internet, podrían no sólo perder oportunidades sino a la larga quedarse fuera del mercado global.

El comercio electrónico es un asunto de gran relevancia en la actualidad ya que ayuda a romper la barrera de la distancia en sistemas de mercado en un mundo que, para el caso, se ha convertido en una aldea global que está al alcance de todos, por el hecho de que el uso de estas tecnologías se enseña desde los primeros años, lo que provoca ver el uso de estas herramientas de manera natural en los negocios, gobiernos, hogares (CONCANACO, 2007: p. 47).

A opinión de expertos, las empresas mexicanas tienen que meterse de lleno y con menos temor y mayor disponibilidad al nuevo reto, especialmente PyMEs, para que la tecnología vaya más allá de una PC para recibir correo electrónico (Manufactura, 2006, septiembre).

La resistencia al cambio es grande, y el mayor freno es el cultural. Muchos pequeños empresarios no entienden todavía las ventajas que implican las tecnologías de información. Se requiere tan sólo de un cambio de mentalidad para entrar al comercio electrónico y desarrollar las actividades empresariales, lo cual se traducirá en menores costos y mayor eficiencia operativa.

Análisis de la evolución del comercio electrónico en las PyMEs

Es un hecho que las PyMEs empiezan a notar que cada vez más clientes potenciales y reales están usando y se están apropiando de la tecnología para informarse, comunicarse, entretenerse y adquirir bienes y servicios. Así, las características demográficas y el estilo

de vida se están orientando hacia una mayor intensidad del uso de Internet tanto en hombres como mujeres.

La penetración de Internet en el mundo, y en especial en nuestro país, aún sigue creciendo de forma exponencial, como se puede observar en la siguiente Tabla 2.6, que arroja los principales datos del Estudio AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet) de Comercio Electrónico en México, que nos permite observar y analizar cómo ha evolucionado el comercio electrónico en México, a partir del 2004 al 2006.

Dirección y planeación estratégica en mercadotecnia

Hoy en día, las organizaciones se enfrentan al reto de asimilar fuertes y continuos cambios, tanto en su entorno como en ámbitos sociales, tecnológicos, políticos, legales, económicos, culturales, entre otros.

Toda organización busca las estrategias ideales para conseguir excelentes resultados, planes de acción que los guíen para saber cómo dirigir su negocio y cómo lograr los objetivos que persigue. Así, cualquier empresa que desee tener éxito y busque beneficios debe someterse a una dirección estratégica formal.

La dirección estratégica es un proceso continuo de toma de decisiones que requiere una planificación, decidiendo por adelantado qué hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo y quién lo va a hacer. Este proceso se encamina hacia el logro y mantenimiento de una ventaja competitiva que permita a la empresa continuar en el mercado.

Una vez escogidos y fijados los objetivos organizacionales que deben alcanzarse, el siguiente paso consiste en establecer la estrategia empresarial que se utilizará para conseguirlos de la mejor manera, y definir cuáles son las tácticas que pueden ayudar a implementar mejor la estrategia adoptada.

La planeación estratégica, como corriente y enfoque administrativo, trata sobre las decisiones de efectos duraderos e invariables de la administración y dirección de una empresa en una planeación a largo plazo, previo análisis de los contextos externo, económico, de mercado, social, político, nacional e internacional donde se desenvuelve (Hernández, 2006).

Reafirmando el concepto de planeación estratégica, Münch (2005: p. 11) menciona que ésta es la previsión de escenarios futuros y la determinación de los resultados que se pretenden obtener, mediante el análisis del entorno para minimizar riesgos, con la finalidad de optimizar los recursos y definir las estrategias que se requieren para lograr el propósito de la organización con una mayor probabilidad de éxito.

Kotler (2002: p. 60), por su parte, afirma que la planeación estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una congruencia viable entre los objetivos, las habilidades y los recursos de la organización, y sus cambiantes oportunidades de mercado. Así, el objetivo de la planeación estratégica es moldear los negocios y productos de la empresa para que produzcan los niveles meta de utilidades y crecimiento.

Una estrategia de mercadotecnia es normalmente una parte integral de la estrategia de negocio que provee dirección general a toda la organización. Comprende la selección y el análisis de una mercado objetivo (grupo de personas al que la organización desea llegar) y crear y mantener una mezcla de mercadotecnia apropiada que satisfaga a dichas personas. Una estrategia de mercadotecnia enuncia con claridad un plan para el mejor uso de los recursos y las tácticas de la organización para cumplir sus objetivos (M. Pride, 1997).

Cada paso del proceso de mercadotecnia, desde la formulación de estrategias hasta el trato con un solo cliente de menudeo, debe tener como objetivo satisfacer al consumidor.

Ésta es la lección clave del concepto de mercadotecnia y fundamento de las estrategias y tácticas de una mercadotecnia efectiva.

Plan de mercadotecnia como estrategia de PYMEs para la incursión al comercio electrónico

Ante los conceptos de competencia global que empiezan a delimitar las estructuras de mercado, el plan de mercadotecnia es necesario para todas las empresas que busquen permanecer en él y proyectar un crecimiento sostenido que les permita hacer frente a las variables de un mercado globalizado.

La planeación estratégica de cada una de las unidades estratégicas de negocios de la empresa, exige la definición de la misión de negocios, analizar las oportunidades y los riesgos externos, analizar las fortalezas y debilidades internas, formular metas, formular estrategias, formular e implementar programas, obtener retroalimentación y ejercer control (Kotler, 2002: p.60). Por esta razón, uno de los elementos de mayor trascendencia en este proceso de planeación estratégica es el establecimiento del plan de mercadotecnia para alcanzar las metas.

El plan de mercadotecnia se convierte en una herramienta indispensable para todas aquellas empresas que desean mantener una posición competitiva en el mercado. Tal es el caso de las PyMEs comerciales y de servicios del municipio de Pachuca, estado de Hidalgo, interesadas en conservar un posicionamiento estable en el mercado actual, punto importante para el desarrollo y crecimiento de la economía regional.

La estructura del plan de mercadotecnia requiere que los expertos responsables del área tengan una visión global, que tengan también una visión analítica y que tengan los elementos de creatividad necesarios para programar estrategias efectivas de mercadotecnia.

A continuación se propone la estructura que debe guiar el contenido de un Plan de Mercadotecnia, de acuerdo con Fernández y Kotler, que permitirá delinear las estrategias necesarias para la incursión al comercio electrónico de las PyMEs comerciales y de servicios de este municipio (Fernández, 2001; Kotler, 1996).

- a. Descripción de la empresa.
- b. Análisis situacional de mercadotecnia actual.
- c. Evaluación del negocio: Análisis FODA.
- d. Definición de los objetivos mercadológicos.
- e. Desarrollo de las estrategias y tácticas mercadológicas.
- f. Calendarización de actividades estratégicas y tácticas definidas.
- g. Presupuestación de mercadotecnia.
- h. Diseño de medidas de supervisión, evaluación y control.

a. Descripción de la empresa

Dentro de esta etapa de descripción del negocio, se establecerán las condiciones necesarias para realizar nuestro plan de mercadotecnia (Fernández, 2001: p. 32). Esta descripción del negocio, es un resumen ejecutivo, el cual indica de manera breve un panorama general de la empresa para una rápida revisión administrativa (Kotler, 1996: 104), por ello es importante que contenga: el tipo de organización en la cual nos encontramos, sus antecedentes y forma de operación; la misión de la empresa, que se refiere a la forma en que está constituida, su esencia misma y la relación de esta con su contexto social (Fernández, 2001: p. 38); la visión de la empresa, que nos indica cual es la meta que la compañía persigue a largo plazo, incluye la forma en que ésta se conceptualiza a sí misma en la actualidad y en el futuro; y la filosofía de la empresa, que se refiere a la

forma en que ésta trabaja, la comunicación y espíritu que existe en la misma y la adopción de valores que trata de transmitirse a los empleados (Fernández, 2001: p. 41).

b. Análisis situacional de mercadotecnia actual

Es importante analizar los componentes del ambiente situacional en el cual opera nuestra empresa. Este análisis presenta la información más relevante sobre el mercado, producto, competencia, distribución y macroambiente. Para ello, tomamos como partida cinco aspectos importantes (Kotler, 1996: p.p. 104-106):

- a. Situación del mercado.
- b. Situación del producto.
- c. Situación competitiva.
- d. Situación de la distribución.
- e. Situación del macroambiente.

c. Evaluación del negocio: Análisis FODA

Una vez descrita y analizada la situación actual de la empresa, es tiempo de hacer una evaluación del negocio, la cual consiste en aplicar una matriz FODA, que nos ayude a tomar decisiones en la formulación de la estrategia de mercadotecnia.

Ahora, se deben identificar las principales *oportunidades/riesgos*, *fuerzas/vulnerabilidades*, y aspectos particulares o alternativas que enfrenta la empresa. (Kotler, 1996: p. 106). El análisis comparativo de la matriz FODA representa en forma resumida las conclusiones de toda la evaluación del negocio, y se integra por cuatro variables: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Una vez analizados los cuatro factores de la matriz FODA, la empresa debe aplicar las situaciones descubiertas y definir las principales alternativas a las que debe dirigirse el plan (Kotler, 1996: p. 107).

d. Definición de los objetivos mercadológicos

Partiendo del análisis de la situación, la empresa debe plantear sus objetivos, clasificarlos y establecer metas y un programa para lograrlas. La empresa debe fijar estos objetivos con respecto a los socios o accionistas, la reputación de la compañía, la tecnología y otros asuntos de interés (Kotler, 2003: 114).

e. Desarrollo de las estrategias y tácticas mercadológicas

Las metas y objetivos de marketing se pueden alcanzar por varios caminos. El trabajo en el desarrollo de estrategias de mercadotecnia consiste en elegir el modo de acción más efectivo con la finalidad de alcanzar o lograr la consecución de los objetivos (Kotler, 2003: p. 114).

En sí, el desarrollo de las estrategias de mercadotecnia, presentan el enfoque mercadotécnico general que se utilizará para lograr los objetivos del Plan de Mercadotecnia (Kotler: 1996: p. 104), en otras palabras, por el mismo Kotler, *“la estrategia es el camino elegido para conseguir un objetivo...”* (Kotler, 2003: p. 37).

Al diseñar las estrategias de mercadotecnia, se deben desarrollar las tácticas correspondientes para el cumplimiento de éstas. Las tácticas deben contemplar todas las actividades que se requiere desarrollar para llevar a cabo la estrategia, de tal forma que se contemplen en su totalidad las variables que afectan la misma.

f. Calendarización de actividades estratégicas y tácticas definidas

Todas y cada una de las estrategias deben ser contempladas en el itinerario de actividades de mercadotecnia; sin embargo, es posible realizar calendarios independientes, de tal forma que se tenga uno de medios, otro de promociones, otro de estudios de mercado. Otro punto importante que debe contener el calendario, aparte de indicar las acciones a desarrollar, es señalar las personas concretas que van a llevar a cabo el plan (Kotler, 2003: p. 114).

No es estrictamente necesario el incluir todas y cada una de las tácticas en el itinerario de actividades, ya que las mismas lo harían sumamente complejo; sin embargo, es conveniente realizar calendarios alternos que permitan tener presentes a cada una de estas tácticas, de modo tal que puedan cumplirse con oportunidad (Fernández, 2001: p. 195).

g. Presupuestación de mercadotecnia

Al establecer el presupuesto de mercadotecnia es necesario atender a las siguientes consideraciones (Fernández, 2001: p.p. 206-208):

- a. Tiene que responder a una razón lógica de ventas; esto quiere decir que, los recursos asignados en el presupuesto deben generar un incremento en las ventas, en el corto, mediano o largo plazo.
- b. El presupuesto responde a los programas estratégicos; por lo que no deben existir partidas presupuestales que no tengan relación directa con los programas estratégicos que fueron planeados.
- c. La decisión presupuestal debe estar a cargo del área responsable; esto se refiere a que cada una de las áreas debe decidir su presupuesto.

- d. A mayor presupuesto mayor responsabilidad y resultados esperados; esto es, que los resultados esperados van en función directa del monto del presupuesto establecido.

h. Diseño de medidas de supervisión, evaluación y control

La última sección del Plan de Mercadotecnia describe los controles para dar seguimiento a sus avances (Kotler, 1996: p. 109). Por ello, la única forma en que será posible cumplir con las estrategias de mercadotecnia de manera eficiente, es estableciendo medidas de control que permitan verificar el correcto desarrollo de las mismas (Fernández, 2001: p. 214).

La supervisión busca el establecer mecanismos correctivos inmediatos, que proporcionen a las actividades de mercadotecnia la seguridad necesaria para su ejecución. Es importante que cada uno de los involucrados en la realización de las actividades de mercadeo, realice actividades de supervisión que le permitan asegurar el éxito de las mismas (Fernández, 2001: p. 216).

La evaluación del plan de mercadotecnia inicia desde el momento en que se hace una evaluación del negocio, ya que de la misma dependerá la correcta estructura de los objetivos y estrategias del plan, después, se evalúan los objetivos, su coherencia, factibilidad y proyección, de esa misma forma todas y cada una de las actividades se deben ir evaluando para verificar si los planes pueden ser logrados (Fernández, 2001: p. 216).

Finalmente, los resultados obtenidos nos permitirán hacer una nueva evaluación del plan anual de mercadotecnia. Por lo regular, las metas y el presupuesto se revisan cada mes o trimestre (Fernández, 2001: p. 216; Kotler, 1996: p. 109).

Objetivo General de la investigación

Analizar los diferentes beneficios que ofrece el comercio electrónico como estrategia mercadológica para las pequeñas y medianas empresas, comerciales y de servicios, en el municipio de Pachuca, Hidalgo, frente a los cambios en el escenario nacional e internacional, que les permita mantener una posición competitiva dentro del mercado.

Problema de investigación

Actualmente, las empresas de todo el mundo se encuentran en un entorno de globalización, el cual las obliga a ser cada vez más competitivas y a desarrollar nuevas estrategias de negocio, para lograr una ventaja empresarial.

La mayoría de las PyMEs no han sobrevivido al gran estallido del comercio por Internet debido a que no tienen una visión clara de lo que es el comercio electrónico ni lo que esto conlleva.

Para estar a la altura de las circunstancias, en la actual economía globalizada, las PyMEs, comerciales y de servicios, en el municipio de Pachuca, Hgo., han estado desarrollando estrategias competitivas que les permiten posicionarse en el mercado. Aparentemente, las PyMEs, comerciales y de servicios, en el municipio de Pachuca, Hidalgo, mantienen una posición competitiva sólida; pero, ante el reto de la globalización y la incesante innovación tecnológica, debemos buscar nuevos caminos y estrategias de posicionamiento y vigencia en el mercado.

El creciente desarrollo de las TIC, especialmente con lo referente a comercio electrónico, marca la urgente necesidad de recurrir a estas herramientas para mantener su posición en el mercado.

Metodología de investigación

El presente trabajo, cuya idea principal es concentrar los elementos claves que intervienen en el establecimiento de estrategias de negocios, apoyados en herramientas de comercio electrónico basadas en Internet, tiene el propósito de proporcionar una propuesta de plan estratégico de mercadotecnia a fin de implementar el comercio electrónico en las PyMEs.

La metodología de investigación consiste en recolectar información relevante sobre la aplicación del comercio electrónico en las PyMEs, en el municipio de Pachuca, Hidalgo, a través de información generada por INEGI así como organismos especializados en el manejo de información concerniente al manejo de Internet y del comercio electrónico, como la AMIPCI.

Una vez recopilada dicha información, se requiere identificar una muestra significativa de PYMES en el municipio, con necesidades de incursionar en el mercado nacional e internacional mediante el manejo de herramientas de Internet que proporciona el Comercio Electrónico.

Dicha información se solicitará a la Cámara Nacional de Comercio en Pequeño (CANACOPE) que cuenta con el registro de dichas empresas en la entidad.

Identificada la muestra de empresas, se visitará a cada una de ella para identificar sus necesidades de manejo de comercio electrónico, y darles a conocer nuestra propuesta de Plan Estratégico de Mercadotecnia, así como también se les dará a conocer el funcionamiento de diversas herramientas de Internet que pueden utilizar para dicho objetivo.

Resultados preliminares

Actualmente, ya se tienen identificadas las empresas donde se va a implementar el Plan de Estrategia de Mercadotecnia para la incursión de Comercio Electrónico de PYMEs, sin embargo, al requerirse recursos económicos para visitarlas de manera personal, se está realizando una bases de datos con sus correos electrónicos, para seguir esta investigación por este medio electrónico.

Cabe mencionar que se ha tenido una respuesta favorable con negocios particulares como Colors Computing, Pikis Mascotas, Diseños de Tazas, TrendGroup, BoneteriaMonaco, Vidrieria Vane, Óptica Imperial, IESIMA, por mencionar algunos, donde ya se envió la propuesta de Plan de Mercadotecnia, y se les está dando seguimiento a sus actividades iniciales de comercio electrónico.

Conclusiones

Entre las conclusiones más importantes obtenidas con la realización de esta investigación están:

Las PyMEs comerciales y de servicios en el municipio de Pachuca, Hgo., se están enfrentando actualmente a cambios económicos muy acelerados. El establecimiento de plazas y centros comerciales en la entidad las impulsa a desarrollar estrategias de negocios que les permitan mantener un posicionamiento sólido en el mercado, mismo que garantizará la competitividad que el país requiere en términos de globalización.

Con respecto a su desarrollo económico, existen diversos programas que apoyan a las PyMEs en su modernización, competitividad y gestión administrativa. Dichos programas han sido implantados, en su mayoría, por el gobierno federal por medio de instituciones como Nacional Financiera, el Banco de Comercio Exterior y la Secretaría de

Economía, para brindar apoyo a este sector y hacer más competitivas a las empresas, destinando recursos para que los nuevos empresarios puedan poner en marcha sus proyectos e incrementar su productividad.

De manera particular, en el municipio de Pachuca, Hgo., las PyMEs comerciales y de servicios representan un fuerte motor en la economía estatal, al concentrarse en esta ciudad capital el mayor número de establecimientos en estos giros en el estado, y que por su situación geográfica tienen grandes oportunidades de crecimiento.

El éxito y permanencia de las PyMEs y cualquier organización está garantizado con una planeación estratégica adecuada, con visión hacia el futuro. La definición de lo que se debe hacer para mejorar la productividad es clave en el diseño de estas estrategias.

Las PyMEs, con miras a tener mayor rentabilidad y un posicionamiento sólido, han echado mano de la mercadotecnia, para establecer los planes adecuados que les permitan hacer frente a los nuevos retos y oportunidades que presentan los escenarios económicos actuales.

El Plan Estratégico de Mercadotecnia es una herramienta indispensable para que las empresas mantengan una posición competitiva en el mercado.

De acuerdo con esto, y con respecto al objetivo general de trabajo, quedan sustentados los beneficios que ofrece el comercio electrónico como estrategia mercadológica para las PyMEs comerciales y de servicios en el municipio de Pachuca, Hgo., para hacer frente a las condiciones de globalización de la economía actual.

Después de haber analizado el comportamiento del uso del comercio electrónico en las PyMEs mexicanas, se puede concluir que:

- Hoy en día, la mayoría de las PyMEs están rediseñando sus negocios en términos de Internet y de las herramientas que ofrece el comercio electrónico.

- Las PyMEs están utilizando la web para comprar y vender, colaborar en promociones, y diseñar procesos de negocios.
- Estudios sobre comercio electrónico en México, realizados por AMIPCI, revelan que las ventas en Internet están creciendo sostenidamente y podemos prever en el corto plazo, el desarrollo de éste en las PyMEs del municipio.
- Las operaciones comerciales desarrolladas en Internet ofrecen mayor seguridad a los consumidores, con esto las PyMEs pueden ingresar a mayor número de mercados.

Recomendaciones

Dando seguimiento a las empresas participantes en esta investigación, podemos realizar las siguientes recomendaciones, a fin de impulsar el comercio electrónico en las PyMEs de la entidad:

- Las PyMEs comerciales y de servicios, en el municipio de Pachuca, Hgo., deben contar con una estructura organizacional sólida y competente. Es común que las PyMEs no cuenten con una estructura organizacional bien definida, por su característica de ser empresas, en general, de carácter familiar, lo cual las ubica en una situación de desventaja ante empresas con firmes estructuras organizacionales.
- Las PyMEs deben poner en práctica todos sus potenciales para lograr sus objetivos organizacionales y mantener su posición en los mercados, hoy en día, globalizados. Deben poner en práctica toda la sinergia producto de su organización, atmósfera de cooperación y comunicación, objetivos organizacionales claros y precisos, procesos productivos, disponibilidad de materias primas, cadena de valor, fuerza de trabajo, y su cultura empresarial. Así también, deben estar preparadas ante los cambios

tecnológicos, económicos y sociales que se suscitan en el entorno, para conservar su condición de competitividad en el mercado.

- Las estrategias mercadológicas que adopten las PyMEs para posicionar su producto o servicio, deben estar acorde al mercado en que se desarrollen y a los medios tecnológicos con que cuenten, teniendo como punto de partida objetivos organizacionales con miras a mantenerse en el rumbo de la competitividad.
- Se debe implementar un Plan de Mercadotecnia para la incursión al comercio electrónico de las empresas pequeñas y medianas en el municipio de Pachuca, Hgo.
- En el desarrollo de las estrategias mercadológicas orientadas a la incursión al comercio electrónico, las PyMEs deben aprovechar las herramientas que ofrece Internet, para acrecentar los canales de venta de sus productos y servicios. Internet es una herramienta eficaz que permite que las PyMEs conserven una ventaja competitiva sobre las demás organizaciones.
- El uso adecuado de las TIC como factor de innovaciones plantea a las PyMEs grandes oportunidades para bajar costos y buscar mayores utilidades con más volumen de producción y ventas, lo cual se reflejará en sólidas posiciones en el mercado nacional e internacional.
- La inversión por parte de las PyMEs en TIC para mejorar sus procesos productivos y, en particular, agilizar sus operaciones comerciales a través de diferentes herramientas de comercio electrónico, que les permita participar en un mercado mayor.
- La adopción y uso de comercio electrónico eleva los índices de productividad en las PyMEs. Para ello es necesario cambiar de visión y formas de emprender negocios.

Es necesario que las PyMEs cambien su forma de administración tradicional manejando estrategias de comercio electrónico.

c. Fuentes de consulta

Referencias bibliográficas

Chiavenato, I. (1999). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Santafé de Bogotá, D. C., Colombia: McGraw-Hill Interamericana.

CONCANACO SERVYTUR, ITESM. (2007). *Estrategias y Políticas Públicas para el Desarrollo Empresarial y la Competitividad. Una propuesta del sector comercio, servicios y turismo 2007-2012*. México: Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Fernández Valiñas, R. (2001). *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia. Un enfoque latinoamericano*. México: ECAFSA, Thomson Learning.

Hernández y Rodríguez, S. (2006). *Introducción a la Administración. Teoría General Administrativa: origen, evolución y vanguardia*. México: Mc Graw-Hill.

INEGI. (2006). *Micro, pequeña, mediana y grande empresa. Estratificación de los establecimientos*. México: Censos económicos 2004.

Kotler, P. (1996). *Dirección de la Mercadotecnia. Análisis, planeación, implementación y control*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.

Kotler, P. (2002). *Dirección de marketing. Conceptos esenciales*. México: PEARSON Educación.

Kotler, P. (2003). *Los 80 conceptos esenciales de marketing*. España: PEARSON Prentice Hall.

Münch, L. (2005). *Planeación estratégica. El rumbo hacia el éxito*. México: Trillas.

Pride, W., Ferrell, O. (1997). *Marketing. Conceptos y estrategias*. México: McGraw-Hill.

Revista Manufactura (Septiembre, 2005). “*Perspectivas y retos de las PyMEs*”. Año 12, No. 123, Grupo Editorial Expansión.

Revista Manufactura (Septiembre, 2006). “*Perspectivas y retos de las PyMEs*”. Año 13, No. 135, Grupo Editorial Expansión.

Rodríguez, G. (2005). “Comercio electrónico, una revisión desde la Unión Internacional de Telecomunicaciones”. Revista de Derecho, Fundación Universidad del Norte. Barranquilla, Colombia.

Rodríguez Valencia, J. (1999). *Cómo administrar pequeñas y medianas empresas*. México: ECAFSA.

Thompson, A., Strickland, A. (1998). *Dirección y administración estratégicas. Conceptos, casos y lecturas*. México: McGraw-Hill.

Referencias electrónicas

AMECE, Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico. Consultado en julio de 2013, en <http://www.amece.org.mx/amece/>

AMIPCI. Asociación Mexicana de Internet (2007). “Estudio AMIPCI de Comercio Electrónico en México 2007”. Consultado en noviembre de 2013, en <http://www.amipci.org.mx/estudios.php>

Banco Mundial. Consultado en septiembre de 2013, en <http://www.bancomundial.org/datos/>

CANIETI, Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información. Consultado en septiembre de 2013, en <http://www.canieti.org>

CONACYT. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Consultado en septiembre de 2013, en <http://www.conacyt.mx/>

Fondo PYME, Financiamiento. Consultado en abril de 2013, de http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_PYME.

Hernández Callejas, G. Yolanda. *“Los retos de las pequeñas y medianas empresas hidalguenses en el siglo XXI”*. Consultado en octubre de 2013, de http://www.reduaeh.mx/campus/icea/art1_quinto.htm#_ftnref9,

Lagarde Moguel, Humberto (2001) *“México: el comercio electrónico un reto”*. Razón y Palabra. Número 20. UNAM. Consultado en julio de 2013, de http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n20/20_hlagarde.html

Latorre López, Rodrigo. (2007) *“Decálogo para elaborar un plan de mercadotecnia”*. Consultado en junio de 2013, de <http://www.eluniversal.com.mx/graficos/pymes/decalogos-mercadotec.htm>

Secretaría de Economía. Centros Regionales para la Competitividad Empresarial (CRECE). Consultado en abril de 2013, de <http://www.economia.gob.mx>.

Sistema de Información Empresarial Mexicano. Consultado en octubre de 2013, de <http://www.siem.gob.mx/portalsiem/>

Percepción de marcas y etnocentrismo en la compra de Jean y Playeras en el segmento de estudiantes universitarios

Dra. Juana Ma. Saucedo Soto

M.C. Alicia Hernández Bonilla

Universidad Autónoma de Coahuila-Facultad de Mercadotecnia

Resumen

El presente trabajo de investigación, identifica factores que influyen en la compra de jeans y playeras, la percepción que tienen los estudiantes universitarios de las marcas extranjeras, así como el grado de etnocentrismo. Etnocentrismo significa defender el consumo de productos nacionales frente a los extranjeros. Se emplea instrumento basado en el modelo CETSCALE, considerando 17 ítems; el muestreo es aleatorio, se encuesta a 320 estudiantes de la Unidad Camporredondo de una Universidad Pública. Los resultados refiere que los 2 factores más importantes para comprar las prendas son el precio y la calidad, que se evalúa mejor a las marcas extranjeras que a las mexicanas y que los jóvenes universitarios no son etnocéntricos.

PALABRAS CLAVE. Etnocentrismo, CETSCALE, Marca, Vestimenta, Jóvenes

Introducción

Es un hecho que la globalización ha venido a transformar los escenarios económicos mundiales, los estilos de vida, el comportamiento y decisión de compra de los

consumidores, principalmente porque en el mercado se encuentra una gama amplia de productos de diferentes partes del mundo y las preferencias se diversifican.

Shimp y Sharma (1987) introducen en la literatura el concepto del etnocentrismo del consumidor, para “representar las creencias de los consumidores sobre lo apropiado, e incluso moral, de comprar productos fabricados en el extranjero” la literatura académica señala que en muchos países, europeos y no europeos, existen tendencias etnocentristas entre la población que afectan las actitudes y las intenciones en el comportamiento de compra de productos elaborados en países extranjeros Shankarmahesh, M. (2006)

Este tipo de consumidores tenderán a exaltar las ventajas de los productos nacionales y a minimizar los productos extranjeros, pensando que comprar productos importados es un error que lesiona a la economía, el nivel de empleo y además resulta antipatriótico, todo ser humano requiere vestirse, pues resulta importante, primordialmente es una necesidad y simboliza una de las principales preocupaciones, su función es: proteger al cuerpo, adornarlo, imprimir diferencias según el sexo, edad y condición social, entre otros.

La diseñadora cubana Maria Elena Molinet (1996) considera que a través del vestuario, las personas proyectan una imagen visual que permite distinguir quienes son, la época a la que pertenecen y nivel económico; mismos que influyen en las relaciones sociales y constituyen un modo no verbal de comunicación. Del tipo de ropa y de lo que proyecte, podrán ser las relaciones que las otras personas establezcan con ella basados en estereotipos instituidos por la sociedad.

La forma de vestir de los jóvenes, que son quienes están más al tanto de los cambios, las novedades e innovaciones y que se guían por lo que dicta la moda es la clave para este

trabajo de investigación, pues a muchos les agrada comprar productos extranjeros, mientras que a otros les resulta inconcebible o indistinto hacerlo. Es por ello que se pretende identificar los factores que influyen en la compra de jeans y playeras, conocer la preferencia de marcas extranjeras o mexicanas y como las califican.

Revisión de Literatura

Cuando hablamos sobre las tendencias y el comportamiento de los estudiantes respecto a su preferencia en la compra de jeans y playeras nacionales y/o extranjeras es conveniente saber que esta tendencia a adquirir uno u otro producto de cierto origen recibe un nombre: etnocentrismo.

Se puede definir como la inclinación de las personas de preferir los productos de fabricación nacional sobre los elaborados en el extranjero y al hecho de inclinarse por su consumo por ser originarios del país y de su pertinencia al propio grupo de individuos. Liu, (2006); Hofstede (2006); Hopkins y Powers, (2007). Siguiendo Shimp y Sharma (1987) En términos generales se puede decir que es cuando una cultura siente y defiende sus costumbres y el comportamiento de los miembros de su grupo como positivos y por consiguiente las creencias y costumbres fuera de su entorno y que correspondan a grupos ajenos a ellos las consideran negativas.

Otro autor Aguilera (2002) lo conceptualiza como la actitud de un grupo que considera tener un lugar central o sentirse superior en relación a los otros grupos, considerando que todas sus acciones y logros como grupo son mejores, positivas en relación a las que llevan a cabo otros grupos.

Muchos consumidores creen que el hecho de comprar bienes y/o servicios extranjeros es una manera de traición a la patria ya que promueve el desempleo, afecta directamente a la

economía considerándose una acción antipatriótica. Sharman, Shimp & Shin (1995); Balabanis y Diamantopoulos (2004) citan que el etnocentrismo influye cuando se da valor a productos extranjeros y es precisamente una manifestación de protección por la economía del país. Hay otra tendencia marcada del comportamiento de los consumidores al respecto ya que algunos prefieren adquirir bienes fabricados en la nación ya que conocen sobre su buena reputación y hay falta de familiaridad con los extranjeros. Jin, Chansarkar & Kondap (2006)

Los consumidores tienden a atribuir un riesgo mayor a la compra de productos extranjeros debido a su falta de familiaridad con estos; o a la percepción de una menor calidad en comparación con los de producción nacional, o con productos de países con una marca reconocida o reputación favorable. Jin, Chansarkar & Kondap (2006).

Se realizó un estudio en el que se concluye que la seguridad percibida en bienes y/o servicios que son producidos en países desarrollados es superior en comparación a la que perciben en países en vías de desarrollo. Tse (1999)

Se puede decir que el etnocentrismo propicia que se dé cohesión intergrupal así como mantenerse leales a sus grupos de origen. Por su parte Caruana (1996) o Luque-Martínez (et al. 2000) citan que es una manera eficiente de conservar viva y latente la cultura, las tradiciones, así como una serie de valores que es necesario preservar como: solidaridad, lealtad, trabajo colaborativo todo ello tendiente a lograr que el grupo sobreviva. Ahora si se fomentan acciones negativas se podría caer en un nacionalismo mal entendido y mal encaminado que despierte en los integrantes del grupo sentimientos de odio, racismo o incluso de violencia. Aguilera (2002). García (1990) indica que “una humanidad que ha descubierto la comunicación universal va a ser más homogénea que una humanidad que no sabía de ella, por consiguiente aquellas personas que tienen más acceso a la globalización

como educación, poder adquisitivo, etc. tienen más opciones de ejercer su criterio propio y elegir los productos que consume. A diferencia de aquellos grupos con pocas oportunidades de globalización, nos encontramos con modelos etnocéntricos que parten de las creencias de la superioridad de la cultura dominante. Lo anterior evidencia la falta de modelos institucionales que eduquen en la igualdad, en la no discriminación, aceptando las diferencias por lo que los efectos y consecuencias de estas políticas cada vez se manifiestan más y crean un mayor número de tensiones. En España se realizó un estudio a nivel nacional “Global Attitudes Project”, efectuado por la Fundación Pew en el año 2007 en donde miden el etnocentrismo bajo la afirmación: “Nuestra sociedad no es perfecta, pero nuestra cultura es superior a otras” Para este análisis se consideran las categorías “Completamente de acuerdo” y “Bastante de acuerdo” con la opinión sobre la superioridad cultural. Sólo cuatro países expresan porcentajes menores a 50%: Suecia (21%), Gran Bretaña (30%), Francia (31%) y Alemania (41%) . En el caso de España y Canadá el porcentaje se encuentra en torno a 50%. Porcentajes muy próximos se dan, asimismo, en la opinión pública de Estados Unidos y Argentina (un 54%). En el caso de Brasil y Chile ascienden a 61%. En Bolivia e Italia dos de cada tres ciudadanos (68%) expresan su respaldo a la opinión que afirma la superioridad de su cultura. Perú y México alcanzan 72%, siendo Venezuela (75%) el país, entre los aquí comparados, que muestra el porcentaje mayor de afirmación de su cultura como superior a otras. Analizando estas cifras se puede concluir que los países occidentales más desarrollados revelan tasas inferiores de posiciones etnocéntricas. Por el contrario Italia, que presenta un elevado índice porcentual sobre posicionamiento etnocéntrico, aluden que el desarrollo económico no sea lo más significativo de estas tendencias etnocéntricas. Alaminos (2010).

Uno de los sectores más vulnerables es el de los jóvenes que se encuentran estudiando nivel de licenciatura, ya que la influencia es muy fuerte. Se puede definir a la juventud como un grupo de muchachas y muchachos de una determinada edad de desarrollo biológico y de peculiaridades psicológicas que se transforma de acuerdo a las condiciones históricas sociales en cada período de tiempo e incluye una diversidad de numerosos y variados tipos sociales. La convención estadística adoptada internacionalmente fija los límites de la categoría de juventud entre 15 y 24 años. Algunas características propias:

- Son el bloque más dinámico y móvil de una sociedad
- Población fluctuante y la más expuesta a las alternativas del movimiento social
- Tienen ideales y con las redes sociales se les facilita la realización de sus planes
- Cuentan con deseo de reorganizar la vida social
- Desean actuar y están interesados en lo más avanzado

Todo individuo requiere identidad y se logra a través de una serie de procesos de interacción social, permite observar y descifrar características de algunos de los procesos sociales y culturales que se llevan a cabo entre individuos y grupos sociales. Colegio de Jalisco Wetherell (1996). Estar relacionado a la vida cotidiana, proporciona marcos de referencia para interpretar, predecir o manejar nuestros comportamientos. Peressini (1993).

Citan Guanipa, C. y Guanipa, J. (2003) la identidad del individuo se desarrolla desde la niñez con las experiencias positivas y negativas que se adquieran durante el desarrollo psicológico, social y fisiológico. Además influyen en ella las características interpersonales y las interacciones con la familia.

En las ciencias sociales, para hacer referencia a los cruces e intercambios que se dan en la cultura de las sociedades contemporáneas se emplea el término de culturas híbridas. A partir de esas ideas su creador plantea que “la afirmación de lo regional o nacional debe concebirse como la capacidad de interactuar con las múltiples ofertas simbólicas internacionales desde posiciones propias. García (1990)

La identidad en los jóvenes implica un proceso de socialización y supone la presencia de significativas transformaciones ya que en este período de la vida buscan la manera de ubicarse en el mundo a través de diferentes expresiones. Se encuentran atrapados entre las creencias y valores de sus padres, de su grupo de amigos y de la sociedad. Para algunos jóvenes la socialización representa un proceso relativamente armónico, mientras para otros lo caracterizan los conflictos. Guanipa, C. Guanipa, J. (2003)

Las vivencias, estructuran en los jóvenes experiencias de vida que se definen de manera particular para cada uno de ellos, en dependencia de su participación en los diferentes procesos de socialización y relaciones sociales a los que se enfrentan. Molinet (1996). Todo ello le conforma una realidad específica que está directamente relacionada con aspectos como el sector económico de pertenencia, los antecedentes familiares, las relaciones de género, la comunidad de origen y otros aspectos. A partir de estos elementos los jóvenes se van conformando una identidad, misma que es reconocida por el resto de las generaciones y autorreconocida por ellos a partir de diversos factores, entre los que se encuentran algunas esferas de la vida cotidiana como: el estudio, la actividad laboral, la vestimenta y las relaciones sociales que establecen.

La buena apariencia personal es un fundamento importante en la vida, se preocupan por lucir bien, por ser admirados en algunas ocasiones el vestuario puede reflejar nuestro temperamento, nuestra manera de ser. En el libro: La piel prohibida, se refuerza esta idea al

plantear que el vestuario ha sido utilizado, también, para identificar al tipo de persona que lo llevaba. Guanche (1983) La ropa puede decir si uno es concienzudo y estable y si tiene normas elevadas de moralidad. O puede demostrar que eres rebelde o inconforme. Añaden que para identificarse algunos jóvenes usan ropa rasgada, estilo “punk” o ropa costosa de marca. En cuanto a las relaciones de género en ocasiones, lo usan para provocar admiración en los del sexo opuesto, para lograr los objetivos que se proponen en la consecución de determinadas metas. Las prendas y la manera de portarlas son más expresivas que las palabras mismas y comunican sobre nosotros diferentes cuestiones como: estado de ánimo, posición social, valores, inquietudes, comportamiento, etc.

Desde el punto de vista de los jóvenes que es el sector que nos concierne y sujeto de estudio en este trabajo de investigación, han empleado la ropa como parte de su identidad, resulta notable que en el siglo XX predominó el descuido en el vestir e internacionalmente destaca el hecho de que los jóvenes se reúnen en función de sus aficiones musicales o del tipo de prendas.

La forma de vestir sin duda, es un factor que caracteriza hasta cierto punto la identidad de un pueblo, pero ante tanta influencia externa y en un sector tan dinámico y voluble como el los jóvenes, resulta complicado ya que priva una exagerada comercialización que los bombardea todo el tiempo y por todos los medios que los hacen adquirir productos que antes se encontraban fuera de su alcance y ahora sólo con acceder a las redes sociales tienen un sinfín de opciones para hacerse de ellos. Las marcas juegan un papel importante en nuestra vida diaria, transmitiendo confianza y facilitando el sentimiento de pertenencia a un grupo Wilcox, Kim & Sen (2009). Según Bennett (1988), la marca es uno de los componentes más importantes y se podría definir como el elemento que es verbalizado por los consumidores. Cualquier nombre de marca puede ser descriptivo sugerente o distintivo,

y puede construir asociaciones con el producto o empresa, agilizando la toma de decisiones Herbig & Milewics (1993). La tendencia a usar el nombre de la marca (TBN) Hui (2010) señala que la literatura presta poca atención al papel que juega en la toma de decisiones del consumidor. La TBN es una propensión psicológica que, según Ostravskaya y Sarabia (2013) ha explicado la existencia de: vínculo emocional hacia las marcas, sentirse apegados, Brand love Carroll y Ahuvia (2006) incluyendo adhesión a la marca y evaluación positiva.

Se afirma que personas adultas y mayores muestran comportamientos más etnocéntricos que las jóvenes Nielsen y Spence (1997); Kucukemiroglu (1999). También ocurre que no se ha encontrado ninguna relación significativa entre la edad y el CET Festervand, Synder & Tsalikis, (1985); Sharman (*et al.*, 1995) o que existe una relación positiva entre la edad y la intención de compra de los productos extranjeros. Bannister y Saunders (1978). Actualmente México es uno de los nichos de mercado más importante para las marcas de ropa de EUA y Europa que buscan el posicionamiento en Latinoamérica, de las cuales algunas ya están presentes en nuestro país ya sea por medio de internet, abriendo sus propias tiendas o consiguiendo distribuidores para entrar al país por medio de grandes cadenas departamentales o hipermercados como es el caso de Wal-Mart México. Las marcas extranjeras más populares entre los jóvenes son: American Eagle, Aeropostale y Abercrombie.

México es un mercado potencial, debido a que la población joven es muy amplia, la edad media de los 112 millones de habitantes es de 26 años lo que hace que el país sea el mejor lugar para estas marcas que están dirigidas a adolescente y jóvenes que son los principales consumidores mismos a los que van dirigidas todos sus esfuerzos, si navegamos en sus páginas de internet encontramos que todos sus productos son lucidos por jóvenes que

abarcan las edades de 15-26 años. Los mexicanos gastan 21 mil millones de dólares al año en ropa, según un información de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido, se cree que el casi el 60% del total son robados, piratas o de contrabando, en EUA el consumo anual es de 20 mil millones de dólares. La industria textil en México emplea a 320 mil personas, en el año 2000 se registraron 750 mil empleos, pero en México hubo una reducción de aranceles para que pudiera llegar al país, ropa de otros lugares del mundo, varias empresas confeccionadores cerraron ante las bajas arancelarias provenientes de China.

Actualmente, México ocupa el 5° lugar en proveedor de dólares de ropa en EUA. American Eagle Outfitters, dice que sus ventas en México alcanzan los 300 millones de dólares.

Las grandes marcas caen en los mismos criterios de que México es uno de los países en donde las inversiones en ropa son la mejor opción ya que abarca un mercado bastante amplio y es una tendencia actual desde hace 5 años.

Objetivo General

Identificar factores de compra y el grado de etnocentrismo de los estudiantes a nivel licenciatura en una Universidad Pública.

Objetivos específicos

- ∂ Realizar revisión literaria
- ∂ Identificar qué factores de compra influyen en la preferencia de jeans y playeras
- ∂ Identificar perfil de los consumidores de acuerdo a las variables sexo, edad y nivel socio económico

- ∂ Identificar el grado de etnocentrismo en los estudiantes universitarios
- ∂ Identificar las variables más significativas en el etnocentrismo de los estudiantes

Problema de Investigación

Los jóvenes en su mayoría canalizan su identidad por medio de la música, las artes, comportamiento, el lenguaje y la forma de vestir. Nuestra identidad está en función de utilizar un tipo de ropa determinado, comprar en determinados lugares, etc. Son formas culturales de consumir a través de las cuales se refleja lo que somos, a quién queremos parecernos, qué tipo de gente nos gusta, etc. Para ellos las marcas juegan un papel importante, ya que transmiten confianza y sentido de pertenencia a un grupo (Wilcox, Kim & Sen, 2009). Además influyen en gran medida en las decisiones de compra para adquirir cierto tipo de ropa, pues representa un móvil de diferenciación y estatus que los hace sentirse superiores a los demás. Al apreciar la vestimenta que predomina en recientes fechas, entre los estudiantes de nivel licenciatura de las escuelas se detecta la tendencia y aumento considerable por preferir prendas de moda que no son nacionales, básicamente en jeans y playeras. Esta influencia en nuestro caso particular, proviene principalmente de Estados Unidos por razones de cercanía y resulta un problema amenazante ya que aparte de disminuir el consumo interno, afecta a nuestras raíces e identidad, daña la producción nacional, las fuentes de empleo y la economía del país. Es por eso que nace la inquietud por conocer cuáles son las razones principales que los hacen adquirir este tipo de prendas. Tomando como base el marco referencial donde las investigaciones arrojan la siguiente información: Se afirma que las personas adultas y mayores muestran comportamientos más

etnocéntricos que las jóvenes Nielsen y Spence (1997); Kucukemiroglu (1999). Se propone probar las siguientes hipótesis.

H1: Los estudiantes universitarios presentan bajo grado de etnocentrismo

H2: No existen diferencias significativas entre hombres y mujeres con respecto a los factores de compra.

H3: No existen diferencias significativas entre los alumnos de las facultades, con respecto a cómo califican las marcas mexicanas y extranjeras

Metodología

La investigación es exploratoria y descriptiva, el objetivo principal es realizar un análisis del grado de etnocentrismo que impera en los estudiantes a nivel licenciatura en una Universidad pública, con respecto a la compra de marcas nacionales y extranjeras de dos prendas de vestir: jeans y playeras. Las encuestas se aplicaron en un rango de edad que va de los 17 a los 26 años. Se diseñó una encuesta con 25 ítems con un grado de confiabilidad del 95%, utilizando escalas de Likert. Se aplicaron 320 encuestas, donde se incluyen variables demográficas. El análisis de información se hizo mediante el paquete estadístico SPSS.

Resultados

➤ Perfil de los estudiantes universitarios.

La encuesta se aplicó a las Facultades de Camporredondo, con la distribución siguiente: el 49.7% en ingeniería, 16.6% mercadotecnia, 14.4% psicología, 12.8% educación, esta distribución es proporcional al número de alumnos. Primero se analizaron las variables sociodemográficas, en lo que respecta a la edad, se encontró que el 53.8% de los

estudiantes tiene entre 20 y 22 años de edad, 22.8% entre 23 a 25, 20% menores de 20 años y sólo el 3.1% mayores de 26. Con respecto al género, el 61.3% de los encuestados fueron hombres mientras que el 38.8% mujeres, la razón es que la mayoría de la población de ingeniería son hombres. En lo que se refiere a la colonia donde viven se encontró que el 29.7% pertenece a las colonias ubicadas en el sur de la ciudad, 26.9% en el oriente, 17.5% zona centro, 13.4% al poniente y sólo 12.5% al norte. Esto indica que la mayoría de la población de unidad campo redondo vive al sur de la ciudad y al oriente.

➤ Factores determinantes de la compra de Jean y playeras.

En una escala de 1 a 5 se analizaron los factores que determinan la compra de jeans y playeras, los factores evaluados son: en primer lugar la moda, dando como resultado que de los jóvenes encuestados, el 32.5% consideran esta variable poco importante a la hora de realizar sus compras, 22.5% lo considera nada importante, para el 12.8% es importante y tan sólo para el 10.6% es muy importante. En segundo lugar fue la marca, encontrando que sólo a los jóvenes de 20 a 22 años con un 22.19% les parece importante el factor, la mayoría lo clasificó como indiferente. En tercer lugar se pidió la evaluación del precio, aquí se encontró que para el 36% es muy importante, 24.4% lo considera importante, esto indica que este factor resulta ser el más significativo, cuando van de compras. En cuarto lugar se evaluó la calidad, donde el 34.4% lo considera muy importante, 27.8% importante, esto indica que para los estudiantes, la calidad, es el segundo factor en importancia al comprar. Por último en el factor status, se encontró que para el 60.6% es intrascendente. En resumen se puede decir que los 2 factores más importantes al comprar jeans y playeras son, en primer lugar el precio seguido de la calidad.

Después de identificar los 2 factores más importantes, se aplica la prueba de X² de Pearson y como la significancia es > a .05 indica que no hay diferencias significativas entre hombres y mujeres en el factor precio, ni en el factor calidad.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4.729a	4	.316
Razón de verosimilitudes	4.714	4	.318
N de casos válidos	320		

a. 0 casillas (0.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 12.40.

➤ Percepción de marcas

La siguiente variable califica las marcas mexicanas y extranjeras, obteniéndose los siguientes datos. Con respecto a las marcas mexicanas, 44.1% contestó que las perciben como regulares, 43.1% cree que son buenas, 7.2% que son malas, mientras que el 3.8% que son excelentes y solamente el 1.9% las calificó como pésimas. Esto indica, que las catalogan como regulares y buenas. En el mismo sentido se les pidió evaluar las marcas

extranjeras y se obtuvo que para el 53.4% son buenas, 37.8% las considera excelentes, y el 6.9% regulares. Como se observa existe una percepción muy marcada de mejor calidad, para las marcas extranjeras. Al aplicar la Prueba de X² de Pearson se obtiene un valor de significancia > a .05 lo cual indica que entre los alumnos de las diferentes facultades sujetas a estudio, no hay diferencia significativa entre lo que piensan respecto a las marcas mexicanas y extranjeras.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14.725 ^a	16	.545
Razón de verosimilitudes	17.678	16	.343
Asociación lineal por lineal	.278	1	.598
N de casos válidos	320		

a. 13 casillas (52.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .39.

➤ Preferencia de marcas mexicanas y extranjeras

Otra variable investigada fue la preferencia de marcas nacionales y extranjeras, se manejaron las 3 marcas extranjeras más conocidas y 6 marcas nacionales, encontrándose lo siguiente: con respecto a American Eagle, al 24.7% les gusta, 26.3% la prefieren y 17.8% la prefiere sobre las demás. Abercrombie, al 24.1% le gusta, 20.3% la prefiere, 8.8% la prefiere mucho. Respecto a Aeropostale, al 28.1% les gusta, 22.8% la prefiere, y el 17.5% la prefiere mucho.

Con respecto a las mexicanas, se identificó que, el 56.6% no conocer la marca Cimarrón, sólo 7.8% la prefieren mucho, 7.2% la prefiere y al 2.5% les gusta. Esto indica que la mayoría de los estudiantes no la conoce. Con respecto a las marcas Wandl, Britos, Lazzar y Keuel, se obtuvieron resultados muy similares, alrededor del 90% dice no conocerlas y sólo 2% las prefiere, esto indica que existe un nivel alto de desconocimiento, con respecto a estas marcas. La única marca conocida y que al menos un % relevante prefiere, es Levi's, con un 30%, 14.4% la prefiere y un 17.8% dice no conocerla.

➤ Etnocentrismo

Las variables se agruparon en 4 categorías:

- **Economía:** No comprar marcas extranjeras para evitar que otros países se enriquezcan a nuestras costas. Evitar comprar marcas extranjeras para no afectar la economía del país. Consumir marcas nacionales aunque esto represente un costo extra. Debería haber muy poco comercio o adquisición de bienes de otros países a menos que fuera necesario. Los mexicanos no deberían comprar productos extranjeros ya que perjudican a las empresas mexicanas.

- **Importaciones y Exportaciones:** Solamente deberían importarse aquellos productos de los que no se dispone en México. Comprar productos extranjeros solo cuando no hay nacionales. Deberían frenarse todas las importaciones. No debería autorizarse a los extranjeros a poner sus productos en nuestros mercados. Los productos extranjeros deberían ser gravados fuertemente con impuestos para reducir su entrada a México.
- **Ser buen mexicano:** Los mexicanos deberían comprar siempre productos hechos en México en lugar extranjeros. Los productos mexicanos son lo primero lo último y lo más importante. Comprar productos hechos en el extranjero es antimexicano.
La expresión “Un verdadero mexicano no compra marcas extranjeras”. Lo mejor es comprar siempre productos mexicanos.
- **Empleo:** Comprar productos mexicanos representa conservar el empleo en México.
No es bueno comprar productos extranjeros porque deja a los mexicanos sin trabajo.

Se analizaron las variables relacionadas con cada categoría encontrándose lo siguiente:

Economía: se encontró que la media está en 3.52, lo que indica que los jóvenes universitarios, no son etnocentristas ya que están en desacuerdo en que estas variables produzcan algún tipo de afectación a la economía del país.

Al aplicar la prueba U de Mann-Whitney (Tabla 2, anexo 1), se observa que sólo en la variable: Los mexicanos no deben comprar productos extranjeros, ya que perjudican a las empresas mexicanas, presenta una significancia $< \alpha .05$, por lo tanto si hay diferencias significativas en el rango promedio entre hombres y mujeres, el rango promedio más alto fue el de los hombres.

Importaciones y exportaciones: se encontró una media de 3.34, lo que significa que los jóvenes están en desacuerdo en que las marcas extranjeras deberían tener algún tipo de control al momento de entrar al país, también en que deban frenarse las importaciones.

“**Ser un buen mexicano**”, arroja una media de 3.56. Los jóvenes no consideran que este término implique, no comprar marcas extranjeras o en su caso tener que comprar exclusivamente marcas mexicanas para poder considerarse buenos mexicanos.

Al medir las diferencias en los rangos promedio de edad a través de la prueba de Kruskal-Wallis, (Tabla 3, anexo 1), se encontró una significancia asintótica $< a .05$, en la variable los productos mexicanos son lo primero, lo último y lo más importante, por lo tanto si hay diferencias significativas entre edades, el rango promedio más alto se presenta en jóvenes de 20 a 22 años.

Por último se agruparon las variables que tienen relación con el empleo que se genera o se pierde, se encontró que la media está en 4, lo que indica que los jóvenes están en un estado neutro. La asimetría se encontró que es del tipo negativa y no es significativa con una equivalencia de -0.095 debido a que las evaluaciones están en los valores bajos de la escala, esto nos indica que los estudiantes no están en acuerdo ni en desacuerdo con respecto a las afectaciones que tienen las variables evaluadas con la generación o pérdida de empleos en el país debido a las compras de marcas extranjeras.

Conclusiones y Discusión

Después de haber llevado a cabo el análisis de los resultados se concluye que la gran mayoría de alumnos que estudia en la Unidad Campo redondo de la Universidad pública, se encuentra entre un rango de edad que va de los 20 a los 22 años, en su mayoría hombres y el 30% radica en la zona sur de la Ciudad, esto podría indicarnos que pertenecen al estrato

social C+ que es la clase media-baja que se encuentra situada al sur de la ciudad y un porcentaje más bajo 12% pertenecen al estrato social AB que es la clase media-alta y radican al norte. Se encuentra que los jóvenes compran jeans y playeras basándose en primera instancia en el precio y luego en la calidad. Desde su particular punto de vista consideran que las marcas extranjeras cuentan con mayor calidad que las mexicanas, su marca predilecta es Aeropostale, descubriendo que conocen más las marcas extranjeras que las mexicanas; una marcada mayoría conoce perfectamente y prefiere por encima de las extranjeras a Levi's, pero es la única marca que tienen presente en sus mentes a pesar de que hay más y que cuentan con excelente calidad y precios accesibles, probablemente lo que suceda es que carecen de publicidad, ya que existe un marcado desconocimiento hacia ellas. También es importante mencionar que actualmente existe la tendencia a usar el nombre de la marca, a los jóvenes les gusta que sea visible para los demás, como es el caso de las extranjeras en las que aparecen bordados y/o impresos llamativos, su llegada al país, también es otro factor importante que hace que los jóvenes las prefieran. Al contrastar la primer hipótesis de estudio planteada se comprueba que los jóvenes presentan un menor grado de etnocentrismo que los adultos ya que consideran que el hecho de adquirir productos extranjeros no los hace ser mejores o peores mexicanos, suponen que este aspecto no afecta al empleo, ni a la economía del país y que por tanto no debe regularse la entrada de importaciones en este tipo de prendas. La media que se obtuvo en los 17 ítems de etnocentrismo fue de 3.53. Con respecto a la segunda hipótesis planteada: No existen diferencias significativas entre hombres y mujeres con respecto a los factores de compra, por lo que se rechaza la hipótesis H2, lo que significa que no hay diferencias significativas entre hombres y mujeres en el factor precio, ni en el factor calidad. Solo se encontró diferencia significativa en el rango promedio entre hombres y mujeres, siendo el más alto

el de los hombres, con respecto a la variable: Los mexicanos no deben comprar productos extranjeros ya que perjudican a las empresas mexicanas Con respecto a la H3: No existen diferencias significativas entre los alumnos de las diferentes facultades, referente a cómo califican las marcas mexicanas y extranjeras, no se rechaza la Hipótesis, lo que significa que no hay diferencias significativas entre los alumnos de las diferentes facultades y la calificación que le dieron a las marcas mexicanas y extranjeras. También se encontró que en la categoría de “Ser un buen mexicano”, sólo la variable: los productos mexicanos son lo primero, lo último y lo más importante, presenta una significancia asintótica $< a .05$, lo que significa que si hay diferencias significativas en los rangos promedio entre las edades de los estudiantes, siendo el más alto el de jóvenes de 20 a 22 años.

En términos generales se puede decir que los estudiantes de esta universidad pública presentan un bajo nivel de etnocentrismo considerando que es una generación donde el comercio global es tan común a través de los medios de comunicación y el avance de la tecnología, que les permite tener una visión más amplia y accesible a los mercados y consideran que se puede adquirir todo o casi todo a la distancia de un click, no olvidemos que cada generación conlleva una forma de pensar y actuar diferente. Se puede inferir que los jóvenes son internautas activos en las redes sociales, lo cual puede influir en el grado y preferencia de prendas de vestir (jeans y playeras) y en la toma de decisiones de sus compras, así mismo, que se encuentran cerca de la frontera con Estados Unidos lo cual puede también ser un decisor para la adquisición de estas prendas de vestir.

En base a los resultados se sugiere desarrollar estrategias publicitarias a nivel local de las marcas mexicanas, que ayude a las empresas a posicionar sus productos, para incrementar la demanda del segmento de estudiantes universitarios.

Es importante hacer un estudio a jóvenes mayores de 30 años para conocer si su nivel de etnocentrismo es el mismo o varía con la edad. También se considera que es conveniente replicar este trabajo en una Universidad particular, para hacer un estudio comparativo y analizar si el comportamiento entre ambos presenta diferencias y/o similitudes. Cabe señalar que estos resultados solo se suscriben a los jóvenes estudiantes de la Unidad Camporredondo de la Universidad pública en estudio.

Fuentes de Consulta

- Aguilera R. (2002) “El problema del etnocentrismo en el debate antropológico entre Alaminos Antonio, Cristina López y Oscar Santacre (2010) Etnocentrismo, xenofobia y migraciones internacionales en una perspectiva comparada, Instituto Universitario de Desarrollo Social y Paz, Universidad de Alicante, España, Convergencia vol.17 no.53 Toluca may./ago. ISSN 1405-1435
- Balabanis, G. & Diamantopoulos, A. (2004). “Domestic Country Bias, Country-of-Origin Effects, and Consumer Ethnocentrism. a multidimensional unfolding approach”. *Academy of Marketing Science*, 32 (1), 80-95.
- Bannister, J. & Saunders, J. (1978). UK Consumers’ Attitudes Towards Imports: The Measurement of National Stereotype Image. *European Journal of Marketing*, 12 (8), 562 - 570.
- Bennett, P.D. (1988). *Dictionary of Marketing Terms*. Chicago, IL : American Marketing Association
- Caruana, Albert (1996), “The effects of dogmatism and social class variables on consumer ethnocentrism in Malta”, en *Marketing Intelligence and Planning*, 14:4.
- Carroll, B.A. & Ahuvia, A.C. (2006). Some antecedents and outcomes of brand love. *Marketing Letters*, 16, 79-89.
- Festervand, T.A., Synder, D.R. & Tsalikis, J.D. (1985). Influence of catalog vs. store shopping and prior satisfaction on perceived risk. *International Journal of Research in Marketing*, 2(2), 79-100.
- García, N. (1990) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Ed.

Guanche, J. (1993) La cultura material. En: Procesos etnoculturales de Cuba. Ed. Letras Cubanas. Ciudad de La Habana, Cuba. P. 37-51.

Guanipa, C. y Guanipa, J. (2003) Identidad étnica y los adolescentes. <http://edweb.sdsu.edu/CGuanipa/etnica.htm> Consulta 25 de marzo 2003.

Herbig, P. & Milewicz, J. (1993). The relationship of reputation and credibility to brand success. *Journal of Consumer Marketing*, 10(3), 18-24.

Hofstede, G. (2006). "What did GLOBE really measure? researchers' minds versus respondents' minds". *Journal of International Business Studies*, 37(6), 882-896.

Hopkins, R.A. & Powers, T.L. (2007). "Buy National" and Altruistic Market Segments". *Journal of Global Marketing*, 20 (4), 73-87.

Hui, W. (2010). Brand, Knowledge, and False Sense of Security. *Information management and computer security*, 18(3), 162-172.

Jin, Z., Chansarkar, B. & Kondap, N.M. (2006). "Brand origin in an emerging market. perceptions of Indian consumers". *Asia Pacific Journal of Marketing*, 18 (4), 283-302.

Kucukemiroglu, O. (1999). Market Segmentation by Using Consumer Lifestyle Dimensions and Ethnocentrism-an Empirical Study. *European Journal of Marketing*, 33(5/6), 470-487.

Liu, F., Murphy, J., Li, J. & Liu, X. (2006). "English and Chinese? The Role of Consumer Ethnocentrism and Country of Origin in Chinese Attitudes towards Store Signs". *Australasian Marketing Journal*, 14 (2), 5-16.

Luque-Martínez, et al. (2000), "Consumer ethnocentrism measurement: An assessment of the reliability and validity of the CETSCALE in Spain", en *European Journal of Marketing*, 34:11/12.

- Molinet, M. (1996) La piel prohibida. Ed. Letras Cubanas, La Habana, Cuba. P.12
- Nielsen, J. & Spence, M. (1997). A Test of the Stability of the CETSCALE, A Measure of Consumers Ethnocentric Tendencies. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 5(4), 68-76.
- Ostrovskaya L. & Sarabia-Sánchez F.J. (2013). Efecto del materialismo sobre el uso del nombre de marca en las decisiones de compra desde una perspectiva intercultural. *Esic Market Economic and Business Journal*, 44(1), 117-142.
- Peressini, M. (1993) Las dos caras de la identidad. *El Correo de la UNESCO*. Junio. París.P.16
- Shankarmahesh, M. (2006) “Consumer ethnocentrism: an integrative review of its antecedents and consequences”. *International Marketing Review*, Vol. 23, nº 2, pp. 146-172.
- Sharman, S., Shimp T. & Shin J. (1995). Consumer Ethnocentrism: A test
- Shimp, T. A., & Sharma, S. (1987). “Consumer Ethnocentrism. Construction and Validation of the Cetscale”. *Journal of Marketing Research*, 24 (3), 280-289.
- Tse, A.C.B., (1999). “Factors affecting consumer perceptions on product safety”. *European Journal of Marketing*, 33, 911-925.
- Wetherell, (1996). Desde la esquina se domina. Ed. El Colegio de Jalisco. México. 46
- Wilcox, K., Kim, H.M. & Sen, S. (2009). Why do consumers buy counterfeit

www.ae.com

<http://www.dineroenimagen.com/2013-02-16/16239>

<http://www.gq.com.mx/bonvivant/sociales/articulos/apertura-de-la-primera-tienda-de-aeropostale-en-mexico/2232>

<http://www.informador.com.mx/economia/2013/474510/6/aeropostale-abre-primera-tienda-en-mexico.htm>

Anexo 1

Tabla 2

Estadísticos de contraste^a

	U de Mann- Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintót. (bilateral)
Los mexicanos deberían comprar productos hechos en México.	11992.000	31298.000	-.201	.840
Solamente deben importarse productos que no estén en México.	10695.000	18445.000	- 1.832	.067
Comprar productos mexicanos representa conservar el empleo en México.	11657.000	30963.000	-.624	.532
Los productos mexicanos son lo primero y lo último y lo más importante.	11434.500	19184.500	-.905	.366
Comprar productos en el extranjero es antimexicano.	11360.500	19110.500	- 1.007	.314
No es bueno comprar productos extranjeros por que deja a los mexicanos sin trabajo.	11792.500	31098.500	-.454	.650

La expresión "Un verdadero mexicano no compra marcas extranjeras".	12028.000	31334.000	-.157	.875
No comprar marcas extranjeras para evitar que otros países se enriquezcan a nuestra costa	11632.500	19382.500	-.657	.511
Evitar comprar marcas extranjeras para no afectar la economía del país.	11906.000	19656.000	-.309	.757
Consumir marcas nacionales aunque esto represente un costo extra.	11396.000	19022.000	-.761	.447
Comprar productos extranjeros solo cuando no hay nacionales.	10637.500	18387.500	-	.057
			1.906	
Lo mejor es comprar siempre productos mexicanos.	11315.000	19065.000	-	.291
			1.055	
Debería haber muy poco comercio o adquisición de bienes de otros países a menos que fuera necesario.	11013.500	18763.500	-	.151
			1.435	
Los mexicanos no deben comprar productos extranjeros ya que perjudican a las empresas mexicanas.	10577.000	18327.000	-	.047
			1.984	
Deberían frenarse todas las importaciones.	11337.500	19087.500	-	.300
			1.037	
No deberían autorizarse a los extranjeros a poner sus productos en nuestros mercados.	11443.500	19193.500	-.901	.368

Los productos extranjeros deberían ser gravados fuertemente con impuestos para reducir su entrada a México.	12145.500	19895.500	-.008	.993
---	-----------	-----------	-------	------

a. Variable de agrupación: GENERO

Tabla 3

Estadísticos de contraste^{a,b}

	Chi- cuadra d o	gl	Sig. asintót.
Los mexicanos deberían comprar productos hechos en México.	.869	3	.833
Solamente deben importarse productos que no estén en México.	11.303	3	.010
Comprar productos mexicanos representa conservar el empleo en México.	3.350	3	.341
Los productos mexicanos son lo primero y lo último y lo más importante.	13.546	3	.004
Comprar productos en el extranjero es antimexicano.	.899	3	.826
No es bueno comprar productos extranjeros por que deja a los mexicanos sin trabajo.	.832	3	.842

La expresión "Un verdadero mexicano no compra marcas extranjeras".	1.541	3	.673
No comprar marcas extranjeras para evitar que otros países se enriquezcan a nuestras costas	.624	3	.891
Evitar comprar marcas extranjeras para no afectar la economía del país.	.993	3	.803
Consumir marcas nacionales aunque esto represente un costo extra.	3.823	3	.281
Comprar productos extranjeros solo cuando no hay nacionales.	3.220	3	.359
Lo mejor es comprar siempre productos mexicanos.	2.908	3	.406
Debería haber muy poco comercio o adquisición de bienes de otros países a menos que fuera necesario.	4.571	3	.206
Los mexicanos no deben comprar productos extranjeros ya que perjudican a las empresas mexicanas.	1.966	3	.579
Deberían frenarse todas las importaciones.	6.507	3	.089
No deberían autorizarse a los extranjeros a poner sus productos en nuestros mercados.	7.603	3	.055
Los productos extranjeros deberían ser gravados fuertemente con impuestos para reducir su entrada a México.	5.679	3	.128

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: EDAD

Redes Sociales como herramienta de Influencia en el Comportamiento del Consumidor.

Mtra. Alejandra Vega Barrios

Mtra. Ruth Josefina Alcántara Hernández

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

RESUMEN

Las redes sociales están cambiando nuestra manera de relacionarnos, de comprar, de informarnos e inclusive de generar cultura y formas de vivir. Los hábitos de los consumidores, se ven influenciadas por marcas, establecimientos, formas de vida y pertenencia a un espacio virtual.

El comportamiento del consumidor ha sido estudiado por ser de suma importancia el predecir cómo actuará una persona en una situación dada y con esto las redes sociales han visto la oportunidad de influenciar a la comunidad que comparte intereses y que funciona para opinar, percibir e inclusive establecer nuevos estilos de vida y perfiles atractivos para incorporar un mundo irreal, que cambiará hábitos y acciones dadas por nuestros primeros grupos de referencia.

Las redes sociales como herramienta de influencia en el comportamiento del consumidor establecen nuevos comportamientos, nuevos hábitos, formas de bienestar mediante el consejo o experiencia de un tercero que comunique por estos medios de tecnología de información.

PALABRAS CLAVE: Redes Sociales, Herramienta, Influencia, Comportamiento del Consumidor,

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Redes Sociales como herramienta de Influencia

Los antecedentes de las redes sociales, inicia con un relato corto titulado Chains (Cadenas), por el escritor Frigyes Karinthy, la cual se conoce como la teoría de seis grados de separación, la cual esta basada en la idea de que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena y solo un número pequeño de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera y con ello poder comprobar la frase “ El mundo es un pañuelo” Frigyes Karinthy (1929).

Por otra parte, en esa misma época se desarrolla una teoría de campo por el escritor Kurt Lewin (s/f), introduciendo el concepto de espacio vital para definir la totalidad de los hechos que determinan la conducta del individuo dado, en un momento determinado. No se trata del espacio geográfico, sino del espacio que contiene todo lo que le afecta al sujeto, este o no en su espacio físico, afirmando que esta teoría determina cuales son las causas posibles y cuales las imposibles de cada sujeto. Lewin rechaza los intentos de explicar la conducta presente por las circunstancias pasadas, para el la conducta en el momento actual depende del espacio vital en el momento actual.

Lewin, emplea la siguiente relación básica: $C = f(P, A)$, donde C es la conducta de un individuo y es una función (f) de la situación total que incluye las condiciones del individuo

(P) y las del ambiente (A) y con esto estableció que la percepción y el conocimiento de los individuos está definido por el espacio social determinado por las relaciones, siendo que estas relaciones pueden estar formalizadas por procedimientos.

Castells (1999), habla de que la sociedad siempre se ha organizado en torno a redes, facilitando así los procesos de producción, la socialización de las experiencias y del conocimiento, la creación y la asociación por medio de la cultura y el afianzamiento del poder, por lo que se puede determinar que las redes sociales actúan como una herramienta de influencia, pues se utiliza la cultura como parte de asociaciones y con ello la influencia.

La organización social basada en redes siempre ha existido, sin embargo actualmente se considera el desarrollo de la tecnología de información, las cuales proporcionan la facilidad de estar conectado a toda la estructura social.

De acuerdo con Francesc Gómez Morales (2010), en su libro sobre redes sociales, se puede definir que las redes sociales son herramientas que facilitan la interacción entre las personas, haciendo que se generen nuevas relaciones o se fortalezcan las ya existentes y lo importante es que solo son instrumentos, que han potenciado movimientos sociales, transformando las dinámicas simbólicas de la sociedad, promoviendo el desarrollo de diferentes formas culturales y sus evoluciones.

Las redes sociales implican una estructura que organiza las formas de conexión entre los nodos (personas) y a la forma en que la organización circula, se crea y se transforma entre

ellos, siendo escenarios destacados para orientar o solicitar que los usuarios tengan algún tipo de comportamiento.

Comportamiento del Consumidor

El comportamiento del consumidor siguiendo a Schiffman (2005), se puede contextualizar como el análisis conjunto de actos que realizan los individuos para buscar, comprar, usar, evaluar y disponer de productos, servicios o ideas que esperan satisfagan sus necesidades.

Por otra parte Solomon (2010), establece que es el estudio de procesos que intervienen cuando una persona o grupo selecciona, compra, usa o desecha productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer necesidades y deseos.

Con estos dos enfoques podemos decir que estudiar el comportamiento del Consumidor tiene relación no solo con lo que los consumidores adquieren sino con las razones que se tienen para comprar determinado producto, cuando lo compran, dónde, como y con que frecuencia, dando como resultados que algunos consumidores también relaten sus experiencias y se vuelvan influenciadores de otros en su decisión de compra.

Actualmente se viven constantes cambios, en lo que respecta a la evolución de la tecnología, se han generado cambios en los hábitos de consumo en los mercados y a su vez cambios en el comportamiento del consumidor, quién cada vez se encuentra con mayor información y por ende genera cambios compartiendo sus experiencias utilizando la tecnología adecuándose a redes sociales comerciales.

Si bien es cierto, que las costumbres y los hábitos pueden cambiar con el paso del tiempo al compartir experiencias se influencia a otros consumidores que tomaran la recomendación y generaran nuevos cambios en su ámbito, creando nuevos momentos de comunicación y percepción hacia lo que se presenta.

En la teoría sobre el comportamiento del consumidor, Becker (1995), incorpora la influencia de la familia, ya que el grupo familiar se veía como una fábrica en pequeño, en la que trato de asignar tiempos de sus diferentes miembros para obtener la mayor cantidad de factores o relaciones sociales. Carrasco (2007), mantiene que a las personas les gusta diferenciarse, y cada vez están más dispuestas a tener mayor información para poder seleccionar de forma adecuada lo que están buscando para su consumo personal, por lo tanto es indispensable entender los nuevos hábitos del consumidor a partir de las nuevas tecnologías, como lo son las Redes Sociales.

Redes sociales como herramienta de Influencia en el comportamiento del Consumidor

Estudios realizados sobre el tema

De acuerdo al estudio “Comportamiento del Consumidor, una mirada sociológica” de Henao&Cordoba(2007) en donde se presentan características importantes que incorporan las corrientes del consumo en las sociedades actuales. Ese estudio centra su atención, primero en revisar la relación del fenómeno del consumo con la cultura, la clase social, los grupos de referencia y la familia, después observa las explicaciones sociológicas que dan cuenta de las diferencias de comportamiento que se observan en el consumo. El estudio revela que cualquier opción de consumo, así como la definición del entorno social

en el que se lleva a cabo no es sino una esencial cuestión de valores y de ideaciones, es decir, un asunto ético que tiene que ver con juicios o, lo que es más importante, con capacidades sobre lo que es más o menos deseable o preferible en nuestra sociedad. El consumo no se limita a un mero fenómeno de la conducta económica. Debe entenderse, más bien, como un patrón cultural de comportamiento que estructura determinado modo de relación del hombre con su entorno social: ya se trate del hombre, de objetos, de valores o de conocimientos.

OBJETIVO Y PROPOSITO

Problema de Investigación

1. ¿Son las redes sociales factor de influencia en el comportamiento de compra del consumidor a partir de ser grupo de referencia?
2. ¿Tienen influencia las redes sociales por ser impersonales, en el comportamiento de compra de los consumidores?
3. Al mostrar experiencias y opiniones iguales, ¿las redes sociales influyen en los cambios de comportamiento de compra del consumidor?
4. En general, ¿las redes sociales influyen en el comportamiento de compra del consumidor?

Hipótesis

A partir de lo planteado como preguntas de investigación, las hipótesis de estudio son las siguientes:

H1: Las redes sociales influyen en los cambios de comportamiento del consumidor a partir de ser grupos de referencia

H2: Las redes sociales no influyen en los cambios de comportamiento del consumidor al ser impersonales

H3: Las redes sociales influyen en los cambios del comportamiento del consumidor por mostrar experiencias y opiniones de iguales.

H4: Las redes sociales influyen en los cambios del comportamiento del consumidor y este en la decisión de compra.

Objetivos de la Investigación

- 1.- Determinar si las redes sociales son herramientas de influencia en el comportamiento del consumidor.
- 2.- Analizar los factores conocidos en el comportamiento del consumidor que mantienen una vinculación con las redes sociales comerciales.
- 3.- Diseñar un modelo que permita establecer la influencia de las redes sociales en los cambios del comportamiento del consumidor.

Metodología

Se realizará una investigación documental en primera instancia que proporcione los elementos teóricos que sustenten este trabajo, así mismo se realizará una búsqueda exhaustiva sobre estudios similares al que se propone que se hayan realizado en otros países, o que tengan cierta relación con el problema a tratar.

Se tratará de una investigación exploratoria, donde muchos aspectos del conocimiento aun no son ampliamente analizados y se pretende generar conocimiento nuevo y adecuado al objetivo que se estudia. Las plataformas a estudiar serán Facebooky Twitter principalmente.

Se definirán en primera instancia un modelo inicial, definiendo las variables dependientes e independientes que existen en el problema. Se hará un análisis de los contenidos en las redes sociales que se utilizan como herramienta para influenciar el comportamiento del consumidor. Aunque el estudio pretende contribuir con conocimiento general se deberá plantear el segmento de estudio para aplicar los instrumentos. Se aplicará un instrumento para medir las variables que se definan en el estudio. Se utilizará software estadístico para definir y probar las relaciones mediante un análisis multivariado.

Conclusiones:

El presente trabajo es de inicio una propuesta inicial de investigación, la cual pretende conocer el nivel de influencia que las redes sociales tienen para definir la decisión de compra de los consumidores de la ciudad de Pachuca y sus alrededores.

A través de la definición de un modelo inicial se establecerán las variables del estudio, aplicando un instrumento de campo en la muestra correspondiente.

El conocimiento que este estudio pueda generar, será de gran utilidad a las empresas ya que se podrá tener conciencia de cuáles son los factores del comportamiento que las redes sociales influyen con mayor fuerza. Se podrá diseñar un modelo que permita establecer esta influencia y transformarlo en estrategias de mercadotecnia digital para las microempresas y con ello contribuir al fortalecimiento de estas empresas y organizaciones.

Fuentes de Consulta

Gómez Francesc (2010), “El pequeño libro de las redes sociales”, 1ª. Edición, Editorial Media Live, ISBN: 978-84-92809-42-4.

Henning-Thurau, T., Gwinner, K.P., Walsh, G. y Gremler, D.D. (2004). “Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?”, *Journal of Interactive Marketing*, no 18 (1), pp. 38-52.

Ivan Visón (2010), “Manual de uso de las Redes Sociales (2010), 1ª. Edición, Editorial Programa de Cooperación Transfronteriza, Madrid. España

Oscar Henao, JosefernándezCordoba (2007), “Comportamiento del Consumidor, Una mirada sociológica” Universidad Libre . Colombia consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265420387003> el día 28 de Julio de 2014.

Schiffman, L.G. y Kanuk, L.L. (2005): *Consumer Behaviour*, 8^h ed., Upper Saddle River, NJ, Prentice Hall.

CAPITULO VI

Área temática Contabilidad y

Estrategias Financieras

Capital intelectual y gobierno corporativo

La valuación del capital intelectual en el sector industrial de empresas mexicanas Que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores BMV

MI Eleazar Villegas González

Universidad Popular Autónoma de Puebla

MA Blanca Cecilia Salazar Hernández

Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

Hoy por hoy el conocimiento es la principal fuente en la creación y generación de ventaja competitiva y riqueza en las empresas. La gestión del capital intelectual es sinónimo de empresa competitiva empleándose en la construcción del modelo de gestión del conocimiento. El factor humano como capital intangible de una empresa se ha convertido en el principal generador de valor, aunque en la información contable no se vea reflejado como tal. La gestión del conocimiento como el capital intelectual resultan ser dos intangibles medibles en la información financiera de las empresas. El primero permite la planificación, puesta en marcha, operación y control de actividades y programas que tienen que ver con el conocimiento, mientras que el capital intelectual a través del modelo del VAICTM proporciona información sobre la eficiencia en la creación de valor de los activos tangibles e intangibles de una entidad.

Las empresas mexicanas cotizadas del sector industrial requieren gestionar la creación de valor añadido intelectual y de riqueza en función de sus capacidades propias, las cuales residen en sus intangibles y su capital intelectual, siendo recursos críticos para la obtención

de ventajas competitivas, su medición resulta crucial para poder obtenerlas y en ese sentido el VAIC™ es un herramienta valiosa para el logro de este objetivo.

Palabras claves: gestión del conocimiento, capital intelectual, sector industrial.

Abstract

Today knowledge is the main source for creating and generating of wealth and competitive advantage in business. The management of intellectual capital is synonymous with competitive firm being used in the construction of the knowledge management model. The human factor as intangible capital of a company has become the main generator of value, although accounting information not reflected as such. Knowledge management and intellectual capital are to be two measurable intangibles in financial reporting of companies. The first allows the planning, implementation, operation and control of activities and programs that have to do with knowledge, while the intellectual capital through VAIC™ model provides information on the efficiency in the creation of value of tangible assets and intangibles of an entity.

Mexican listed companies in the industrial sector require to manage the creation of value-added intellectual and wealth according to their own abilities, which reside on their intangibles and intellectual capital, being critical resources for obtaining competitive advantages, its measurement is crucial in order to obtain these and in that sense the VAIC™ is a valuable tool for achieving this goal.

Keywords: knowledge management, intellectual capital, industry.

I. Introducción

El conocimiento ha sido y es el motor del crecimiento y desarrollo de las naciones, la capacidad para innovar ha traído como consecuencia la generación de nuevo conocimiento e ideas que se traducen en productos y servicios.

A través de los siglos han existido organismos e instituciones que se han dado a la tarea de crear y difundir conocimiento, desde las épocas medievales hasta los grandes corporativos de inicios del siglo XX, por lo que disponer de conocimiento constituye una ventaja competitiva para las organizaciones.

Es por ello que la gestión del conocimiento ha sido de gran interés en áreas como la administración, la ingeniería, la sociología, entre otras, desarrollándose enfoques y teorías que contribuyan a la construcción de modelos que permitan medirla, como son la Teoría de la creación de conocimiento organizacional de Nonaka y Takeuchi (1999), la Teoría de recursos y capacidades de Grant (1991) y la Teoría del Capital Intelectual medida a través del VAICTM de Pulic (2000).

Siendo esta última, una herramienta que permite comparar la rentabilidad entre distintas economías nacionales así como entre empresas, obtener información sobre los procesos claves para el éxito de una empresa y en su eficiencia en la creación de valor de sus activos tangibles e intangibles.

II. Objetivo o propósito

Analizar la información financiera de las empresas mexicanas cotizadas del sector industrial a través del modelo VAICTM (coeficiente de valor añadido intelectual) que permita identificar el valor de su capital intelectual y su incidencia en el desempeño financiero.

III. Problema de investigación

En la era del conocimiento se tiene el problema de que la información contable solamente refleja los elementos generadores de utilidades a través de los activos tangibles quedando de lado los intangibles como son el factor humano y el capital intelectual, los cuales no se informan en los estados financieros de una empresa, aunque sí se encuentran presentes en las organizaciones e inciden en el desempeño financiero y no financiero, siendo en algunos casos determinantes de su posicionamiento en el mercado (Lev y Sougiannis, 1996; Palomo, 2003).

IV. Revisión de literatura

Prusak (1997) reconoce que el conocimiento se ha convertido en la principal fuente en la creación de ventaja competitiva y riqueza en las empresas, en lo que se sabe, en cómo se usa lo que sabe y en la capacidad de aprender nuevas cosas.

Darín y González (2008) han señalado que tres son los pilares de la organización del siglo XXI: el hardware, el cual se involucra directamente con operaciones técnicas; el software, que tiene un vínculo directo con rutinas, procedimientos, normas, reglas y roles en una organización; y, el humanware, identificado como factor humano, el cual es el verdadero

soberano de la sociedad del conocimiento, el capital intangible de una empresa y quien genera valor en ella.

El término gestión del conocimiento se ha conceptualizado por diversos autores y con diferentes enfoques, entre los que destacan los siguientes:

- Es el arte de crear valor con los activos intangibles de una organización (Sveiby, 2000).
- Es el proceso sistemático de buscar, organizar, filtrar y presentar la información con el objetivo de mejorar la comprensión de las personas en un área específica de interés (Davenport y Prusak, 2001).
- Es hacer lo que se necesita para obtener lo máximo de los recursos del conocimiento (Becerra-Fernández y Sabherwal, 2005).

Entre las teorías que sustentan la gestión del conocimiento se tiene a la Teoría de la creación del conocimiento de Nonaka y Takeuchi (1999), la Teoría de recursos y capacidades de Grant (1991) y la de Capital intelectual la cual se describe a continuación.

La gestión del capital intelectual es considerada como piedra angular del paradigma de empresa excelente o empresa competitiva del siglo XXI, siendo una herramienta que se emplea en la construcción del modelo de gestión del conocimiento y que identifica tres ámbitos en donde se encuentran o residen los activos intangibles para la generación de riqueza (CIDEDEC, 2004): En las personas (capital humano); en los sistemas y procesos

organizativos (capital organizacional) y, en las relaciones de la empresa con su entorno (capital clientela). Siendo de suma importancia la medición de estos activos intangibles sobre bases solidas, ya que contribuyen en el proceso de toma de decisiones (internas y externas). Una inadecuada traslación o la ausencia explicita del valor del capital intelectual en una organización le puede acarrear altos costos.

Bueno, Salmador y Merino (2008) se han dado a la tarea de recopilar una serie de definiciones básicas de capital intelectual las cuales se presentan en el Cuadro 1. Definiciones básicas de capital intelectual manifestando que todas ellas muestran cierto grado de heterogeneidad y el estado aún emergente del concepto.

Cuadro 1. Definiciones básicas de capital intelectual

Autores:	Definición:
Sveiby (1997)	La combinación de activos intangibles que generan crecimiento, renovación, eficiencia y estabilidad en la organización.
Lev (2001)	Representa las relaciones principales, generadoras de activos intangibles, entre innovación, prácticas organizativas y recursos humanos.
Bueno (2002)	Representa la perspectiva estratégica de la “cuenta y razón” de los intangibles de la organización.
Molbjerg-Jorgensen (2006)	Desde una perspectiva filosófica, entendido como conocimiento sobre el conocimiento, creación de conocimiento y apalancamiento del mismo en valor social o económico.

Kristandl y Bontis (2007)	Recursos estratégicos organizativos que permiten a la misma crear valor sostenible, pero que no están disponibles a un gran número de empresas (escasez). Generan beneficios potenciales futuros que no pueden ser tomados por otros (apropiabilidad) y que no son imitables por los competidores o sustituibles por otros recursos. No son transferibles debido a su carácter organizativo.
----------------------------------	--

Fuente: Bueno, Salmador y Merino, 2008; p. 52.

Ordoñez (2004) señala como componentes del capital intelectual al capital humano, el capital estructural y el capital relacional los cuales se ilustran en la Figura 1, definiendo al capital humano como el stock de conocimiento individual de una empresa representado por sus empleados, quienes contribuyen a la generación de capital intelectual a través de sus competencias, su actitud y su agilidad mental. En cuanto al capital estructural lo describe como aquel conocimiento que permanece en la empresa aun cuando los empleados se marchan a sus hogares, siendo propiedad de la empresa, incluyendo todas las formas de depositar conocimientos no sustentados en el ser humano, entre los que se tienen rutinas organizativas, manuales de procesos y bases de datos, entre otros. En cuanto al capital relacional, éste recoge el conocimiento presente en las relaciones establecidas en el entorno, teniendo su base en el conocimiento acumulado por las partes en los intercambios con terceros, midiéndose como una función de la longevidad, de modo que este recurso adquiere mayor valor conforme aumenta la duración de las relaciones con accionistas, proveedores, clientes, entre otros.

Figura 1. Conceptualización del capital intelectual

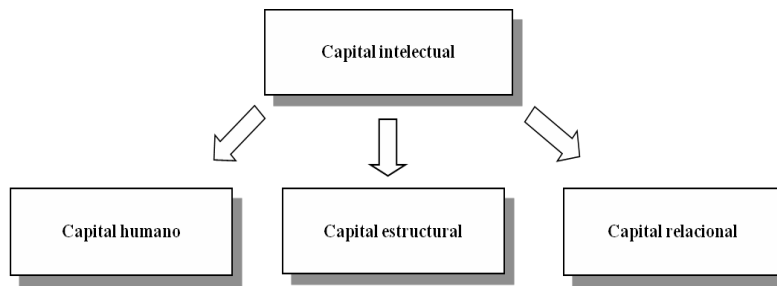


Figura 1

Fuente: Ordóñez, 2004; p. 135.

Sánchez, Melián y Hormiga (2007) señalan que en épocas recientes un pequeño grupo de empresas entre las que se encuentran Skandia, Dow Chemicals y el Canadian Imperial Bank han vinculado el término de capital intelectual al de activos intangibles, despertando su interés en aquellas empresas cuyos beneficios derivan principalmente de la innovación y de los servicios intensivos del conocimiento. Percatándose que las herramientas contables de que disponían no eran las más adecuadas para registrar el valor de sus intangibles por lo que se dieron a la tarea de elaborar herramientas que les permitiesen medir su valor.

En la medición de los activos intangibles Karl-Erik Sveiby (2010) ha identificado cuatro enfoques o métodos los cuales se observan en la Figura 2, señalando que ninguno de ellos puede cumplir con todos los propósitos, por lo que se debe de seleccionar el método dependiendo de la situación, el fin o hacia a quien vaya dirigido.

Figura 2. Métodos de medición de los activos intangibles

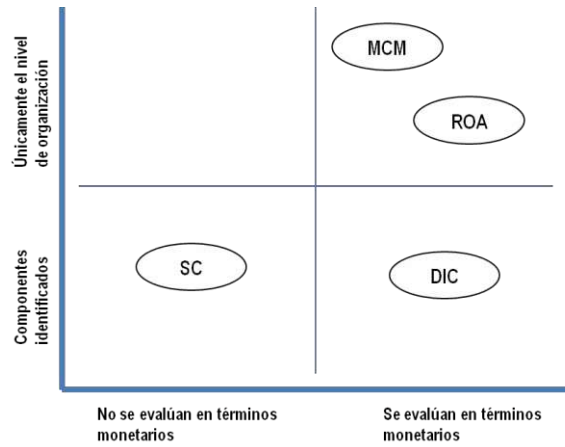


Figura 2

Fuente: Sveiby; 2010.

De esta clasificación, los métodos de retorno sobre activos ROA cuentan con tres modelos los cuales se describen en el Cuadro 2

Cuadro 2. Método de retorno sobre activos (ROA)

Año:	Modelo:	Autor principal:	Descripción:
1997	Value Added Intellectual Coefficient VAIC™	Pulic (1997)	Una ecuación que mide la cantidad y la eficiencia del capital intelectual y el capital empleado que crea valor basado en la relación de tres componentes principales: (1) el capital empleado, (2) el capital humano, y (3) el capital estructural. $VAIC^{\text{TM}}_i = CEEI + HCEI + SCEI$.

1997	Economic Value Added EVA™	Stern and Stewart (1997)	Calculado mediante el ajuste de las utilidades de la firma publicadas con cargos relacionados con los intangibles. Los cambios en EVA proporcionan un indicador de si el capital intelectual de una empresa es productivo o no. EVA es propiedad de la empresa de consultoría Stern and Stewart y uno de los métodos más comunes.
1999	Knowledge Capital Earnings	Lev (1999)	Las utilidades del Capital del conocimiento se calculan como la porción de las ganancias normalizadas (3 años promedio de la industria y el consenso de las estimaciones de los analistas para el futuro) por encima de las ganancias atribuibles a los activos en libros. Las ganancias luego son utilizadas para capitalizar el capital del conocimiento.

Cuadro 2

Fuente: Sveiby; 2010.

Volkov (2012) destaca la importancia de reconocer al capital intelectual como un activo estratégico para generar una ventaja competitiva sostenible en las empresas, señalando que entre los diferentes métodos de medición el modelo desarrollado por el profesor y hombre de negocios Ante Pulic (1998, 2000) sirve para medir la eficiencia en la adición de valor a

través del capital físico y financiero, el capital humano y el capital estructural con el coeficiente de valor añadido intelectual VAIC™.

La idea principal de Pulic es utilizar el indicador de Valor Añadido VA el cual contribuye a aumentar la productividad y por ende la competitividad en una organización, midiéndolo a través del capital intelectual de los trabajadores.

Dentro de las características que distinguen al modelo VAIC™ se pueden señalar las siguientes:

- Proporciona una medida estandarizada y una base constante.
- Se utiliza información asociada a un selecto grupo de empresas/país.
- Involucra indicadores financieros y no financieros que pueden ser fácilmente combinados.
- Todos los datos utilizados en el cálculo del VAIC™ se basan en información auditada, por lo que los cálculos pueden considerarse objetivos y verificables.
- La metodología del VAIC™ se utiliza en más y más estudios captando cada vez más la atención de los investigadores.

V. Metodología

El estudio realizado es de tipo cuantitativo y transversal, tiene el objetivo de analizar el VAICTM (coeficiente del valor añadido intelectual) como medida del valor del capital intelectual de empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores; asimismo se ha buscado identificar la relación que guardan los componentes del VAICTM: HCE (valor del coeficiente de eficiencia del capital humano), SCE (valor del coeficiente de eficiencia del capital estructural) y el CEE (valor del coeficiente de eficiencia del capital empleado), con su desempeño financiero (ROA) y el tamaño de la empresa (VAT) en función del subsector.

El VAICTM se determina con la suma compuesta de tres indicadores separados: I) eficiencia del capital estructural (SCE), II) eficiencia del capital humano (HCE) y III) eficiencia del capital empleado (CEE). Es importante aclarar que Coeficiente de eficiencia del capital intelectual ICE se conforma únicamente de la suma del SCE y el HCE, por lo que no se debe confundir con el coeficiente del valor añadido intelectual (VAICTM).

Tomando como base lo propuesto por Pulic (2004), Kujansivu y Lonnqvist (2007), Laing, Dunn y Hughes-Lucas (2010), se deben llevar a efecto los siguientes pasos para realizar el cálculo del VAICTM:

- paso 1 calcular el valor añadido (VA), restando a los ingresos totales el costos de ventas
- paso 2 calcular el coeficiente de la eficiencia del capital humano (HCE), dividiendo el

VA entre los salarios (HC)

- paso 3 calcular el coeficiente de eficiencia del capital estructural (SCE), dividiendo el capital estructural (SC) [que resulta de restarle al valor añadido los sueldos y salarios] entre el valor añadido (VA);
- paso 4 calcular el coeficiente de eficiencia del capital intelectual (ICE), sumando el SCE + HCE;
- paso 5 calcular el coeficiente de eficiencia del capital empleado CEE, que resulta de dividir el valor valor añadido entre el valor en libros de los activos netos de una empresa (CE);
- paso 6 finalmente se calcula el coeficiente de valor añadido intelectual VAIC™ sumando el ICE y el CEE (ver Cuadro 3).

Cuadro 3. Variables independientes y cálculo del VAIC™

Coeficiente	Cálculo	
VAIC™=	SCE(eficiencia del capital estructural) + HCE (eficiencia del capital humano)+ CEE (eficiencia del capital empleado)	
SCE=	$\frac{SC}{VA}$ (capital estructural) (valor añadido)	VA (valor añadido)= ingresos totales – costo de venta
		SC (capital estructural)=VA – HC (sueldos y salarios)
HCE=	$\frac{VA}{HC}$ (valor añadido) (sueldos y salarios)	

CEE=	$\frac{VA \text{ (valor a\u00f1adido)}}{CE \text{ (activos netos)}}$	
Cifras calculadas sobre el Estado de p\u00e9rdidas y ganancias, el Balance general y las Notas a los estados financieros.		

Cuadro 3

Fuente: elaborado a partir de Pulic (2004), Kujansivu y Lonqvist (2007), Laing, Dunn y Hughes-Lucas (2010).

Como variable dependiente se utiliza la ROA (*return on assets*), raz\u00f3n financiera que en contabilidad es utilizada como un indicador de desempe\u00f1o financiero anual, la cual indica la rentabilidad de los activos y resulta de dividir la utilidad neta entre el activo total (Ross, Westerfield y Jordan, 2014). Se utiliza la ROA en consistencia con la teor\u00eda, ya que distintos estudios emp\u00edricos (Huei-Jen, 2006; Laing, Dunn y Hughes-Lucas, 2010; Joshi *et al.*, 2013) han mostrado la importancia que \u00e9sta tiene en el desempe\u00f1o financiero de la empresa al medir el capital intelectual CI.

Para este estudio, el modelo de regresi\u00f3n lineal es utilizado para determinar como las variables independientes, CEE, HCE, y SCE influyen en la variable dependiente (ROA), siendo las variables de control el subsector y el tama\u00f1o (tomando el valor de los activos totales como indicador).

Para el an\u00e1lisis de los resultados se utilizan como m\u00e9todos estad\u00edsticos el an\u00e1lisis de medias, el estudio de correlaci\u00f3n lineal y modelos de regresi\u00f3n lineal, con el apoyo del programa estad\u00edstico SPSS ver. 20.

Tomado como base los estudios empíricos y la revisión de la literatura se plantea la siguiente hipótesis:

HI: Altos valores de CEE, HCE y SCE impactan de forma positiva en el desempeño financiero (ROA) de las empresas mexicanas del sector industrial que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores.

V.I. Muestra

Para realizar el estudio se tomaron datos financieros de 32 empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (cabe resaltar que solamente se seleccionaron las empresas que han publicado el rubro de sueldos y salarios en sus estados financieros por ser un dato básico en el cálculo del VAICTM), las cuales se enlistan en el Cuadro 4 . Listado de empresas mexicanas del sector industrial sujetas a estudio Y en la Figura 3 . Muestra seleccionada de empresas mexicanas cotizadas del sector industrial se ilustra el subsector al cual pertenecen, predominando el subsector de alimentos, seguido del de metales, minería y aceros y del de productos químicos.

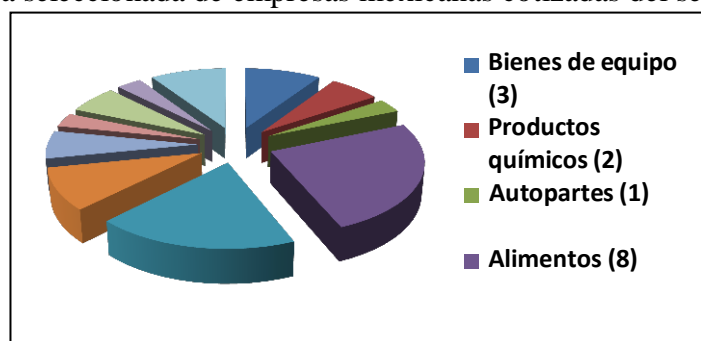
Cuadro 4 . Listado de empresas mexicanas del sector industrial sujetas a estudio

Alfa, SAB de CV	Grupo Bafar, SAB de CV	Grupo Nutrisa, SAB de CV
Arca Continental, SAB de CV	Grupo Bimbo, SAB de CV	Grupo Pochteca, SAB de CV
Coca-Cola Femsa, SAB de CV	Grupo Cementos de Chihuahua, SAB de CV	Grupo Simec, SAB de CV
Compañía Minera Autlan, SAB de CV	Grupo Herdez, SAB de CV	Industrias Bachoco, SAB de CV
Consortio Hogar, SAB de CV	Grupo Industrial Maseca, SAB de CV	Industrias CH, SAB de CV
Corporacion Moctezuma, SAB de CV	Grupo Industrial Saltillo, SAB de CV	Industrias Peñoles, SAB de CV
Cydsa, SAB de CV	Grupo Kuo, SAB de CV	Internacional de Cerámica, SAB de CV
Edoardos Martin, SAB de CV	Grupo Mexicano de Desarrollo, SAB	Mexichem, SAB de CV
Empresas ICA, SAB de CV	Grupo México, SAB de CV	Q.B. Industrias, SAB de CV
G Collado, SAB de CV	Grupo Minsa, SAB de CV	San Luis Corporación, SAB de CV
Gruma, SAB de CV	Grupo Modelo, SAB de CV	Sare Holding, SAB de CV

Fuente: Elaboración propia.

Se utilizaron las cifras que corresponden al periodo comprendido por los años 2010, 2011 y 2012, tomando como fuente de información las reportadas en los Estados de pérdidas y ganancias, los Balances generales y las Notas a los estados financieros publicados por las empresas como información dirigida a sus accionistas y al público en general. Para el cálculo de los diferentes coeficientes se utilizaron los ingresos totales, el costo de ventas, la utilidad bruta, los sueldos y salarios, y el valor total del activo de cada empresa.

Figura 3 . Muestra seleccionada de empresas mexicanas cotizadas del sector industrial



Fuente: Elaboración propia.

VI. Resultados empíricos

Como se muestra en la Tabla 1, la empresa CMOCTEZ perteneciente al subsector de materiales de construcción es la que presenta mejor valor añadido de su CI (14.47), seguido de la empresa HOMEX (9.07) de la industria de la construcción y la firma HERDEZ (8.80) del subsector de alimentos. Como parte de las empresas que presentan menor coeficiente en su VAICTM se tienen a la empresa EDOARDO (0.3) de la industria de la confección de ropa, ICA (0.79) de la construcción y SIMEC con 0.88, perteneciente al sector de materiales de acero. Al observar los datos, no se muestra un comportamiento homologado en términos de subsector, es decir, que las empresas pertenecientes a un subsector en

específico tengan un nivel VAICTM similar, como se ha observado en otros estudios (Joshi *et al.*, 2013). La media del VAICTM de las empresas del sector industrial es de 3.998, por arriba de este rango se encontraron a 13 de las 32 empresas documentadas, las cuales son predominantemente de las industrias de alimentos y bebidas.

Al analizar la importancia de los componentes del VAICTM, se observa que la eficiencia del capital humano (HCE) es el componente que mayor aporta al valor añadido de capital intelectual (VAICTM), de hecho en el sector industrial el HCE aporta el 81% del valor del VAICTM. Al observar la contribución del HCE al valor del VAICTM, se encuentra que la empresa con mayor aportación porcentual es CMOCTEZ con el 92%, mientras que NUTRISA alimentos (61%) es la que muestra una menor contribución en términos porcentuales del HCE al VAICTM.

En cuanto al capital empleado, los datos advierten que la empresa con mayor valor de VAICTM (CMOCTEZ: 15.050), tiene un valor relativamente bajo de CEE (0.27) comparado con las empresas que presentan mayor valor en este componente, como NUTRISA que presenta un valor promedio 1.16, seguido de BIMBO (0.58) de la industria de alimentos y CERAMIC (0.43) del subsector de materiales de construcción. Aun cuando las firmas con mayor VAICTM no presentan un valor alto de capital empleado (CEE), por tener valores altos en los componentes humano (HCE) y estructural (SCE), su valor añadido en el capital intelectual es alto.

Tabla 1. Sector industrial de México (2010-2012). Coeficiente de valor añadido intelectual (VAICTM) y sus componentes

Empresa	Subsector	Capital empleado	Capital humano	Capital estructural		VAIC^T_M
CMOCTEZ	Materiales de construcción	0.27	13.28	0.92	14.47	
HOMEX	Construcción	0.14	8.05	0.87	9.07	
HERDEZ	Alimentos	0.42	7.51	0.87	8.80	
PEÑOLES	Metales y minería	0.38	7.05	0.86	8.29	
GMEXICO	Metales y minería	0.28	4.84	0.79	5.91	
GMODELO	Bebidas	0.39	4.67	0.79	5.84	
MASECAB	Alimentos	0.34	4.69	0.79	5.81	
GISSA	Bienes de equipo	0.19	4.49	0.78	5.46	
KUO	Bienes de equipo	0.23	3.84	0.74	4.81	
BIMBO	Alimentos	0.58	3.48	0.71	4.77	
NUTRISA	Alimentos	1.16	2.81	0.64	4.61	
ARCA	Bebidas	0.36	3.29	0.7	4.35	
KOF	Bebidas	0.41	3.09	0.68	4.18	
MEXCHEM	Productos químicos	0.24	2.92	0.64	3.8	
AUTLAN	Metales y minería	0.23	2.8	0.63	3.66	
MINSA	Alimentos	0.28	2.53	0.6	3.42	
COLLADO	Materiales de acero	0.23	2.54	0.6	3.36	
CERAMIC	Materiales de	0.43	1.92	0.48	2.82	

	construcción				
POCHTEC	Productos químicos	0.25	1.87	0.45	2.57
HOGAR	Construcción	0.09	2.02	0.45	2.56
ALFA	Bienes de equipo	0.22	1.75	0.43	2.4
BAFAR	Alimentos	0.36	1.64	0.39	2.39
BACHOCO	Alimentos	0.19	1.83	0.36	2.38
DINE	Construcción	0.03	1.82	0.42	2.27
GRUMA	Alimentos	0.39	1.51	0.33	2.23
GMD	Construcción	0.14	1.63	0.37	2.14
SAN LUIS	Componentes automóviles	0.17	1.02	0.02	1.22
ICH	Materiales de acero	0.12	1.01	0	1.12
GCC	Materiales de construcción	0.07	0.94	-0.06	0.95
SIMEC	Materiales de acero	0.13	0.89	-0.14	0.88
ICA	Construcción	0.06	0.87	-0.15	0.79
EDOARDO	Confección de ropa	0.11	0.95	-0.76	0.3
	Media	0.277	3.237	0.475	3.988

Tabla 1

Fuente: Elaboración propia a partir de datos financieros.

En la Tabla 2, se observa que las empresas pertenecientes al subsector de materiales de la construcción son las que en promedio tiene mayor valor de VAICTM (6.081), seguido de la

industria de metales y minería (5.955) y la empresas de la industria de las bebidas (4.791); derivado de la importancia de la eficiencia del capital humano HCE en el valor del VAICTM, se observa el mismo comportamiento. A diferencia del HCE, en términos de eficiencia del capital estructural SCE se muestra que el subsector de metales y minería tiene el valor más alto (0.760), seguido de las empresas de la industria de bebidas (0.720) y del subsector de bienes de equipo (0.648). En cuanto al capital empleado CEE, se advierte que los sectores con mayor valor son el de alimentos (0.465), bebidas (0.388) y metales y minería (0.297). A diferencia del comportamiento individual donde las empresas con mayor VIACTM mantiene un CEE medio bajo, a nivel subsector se observa que las industrias de alimentos y bebidas presentan valores altos de CEE, así como de los componentes humanos (HCE) y estructural (SCE).

Tabla 2

. Sector industrial de México (2010-2012). Valores descriptivos del VAICTM y sus componentes por subsectores

Componente	Subsector	Media	DSV	Rank
Capital empleado (CEE)	Alimentos (8)	0.465	0.301	1
	Bebidas (3)	0.388	0.024	2
	Bienes de equipo (3)	0.214	0.024	6
	Componentes automóviles (1)	0.167		7
	Confeción de ropa (1)	0.111		9
	Construcción (5)	0.092	0.050	10
	Materiales de acero (3)	0.157	0.060	8
	Materiales de construcción (3)	0.256	0.178	4

	Metales y minería (3)	0.297	0.077	3
	Productos químicos (2)	0.243	0.007	5
	Total	0.277	0.206	
Capital humano (HCE)	Alimentos (8)	3.251	2.023	5
	Bebidas (3)	3.684	0.858	3
	Bienes de equipo (3)	3.361	1.431	4
	Componentes automóviles (1)	1.025		9
	Confección de ropa (1)	0.952		10
	Construcción (5)	2.880	2.922	6
	Materiales de acero (3)	1.480	0.918	8
	Materiales de construcción (3)	5.379	6.857	1
	Metales y minería (3)	4.898	2.125	2
	Productos químicos (2)	2.394	0.741	7
	Total	3.237	2.651	
Capital estructural (SCE)	Alimentos (8)	0.586	0.204	4
	Bebidas (3)	0.720	0.058	2
	Bienes de equipo (3)	0.648	0.192	3
	Componentes automóviles (1)	0.023		9
	Confección de ropa (1)	-0.764		10
	Construcción (5)	0.392	0.363	7
	Materiales de acero (3)	0.153	0.394	8
	Materiales de construcción (3)	0.447	0.494	6
	Metales y minería (3)	0.760	0.116	1

	Productos químicos (2)	0.548	0.134	5
	Total	0.475	0.379	
Valor añadido de capital intelectual VAIC™	Alimentos (8)	4.302	2.242	4
	Bebidas (3)	4.791	0.915	3
	Bienes de equipo (3)	4.223	1.609	5
	Componentes automóviles (1)	1.215		9
	Confección de ropa (1)	0.299		10
	Construcción (5)	3.363	3.260	6
	Materiales de acero (3)	1.789	1.369	8
	Materiales de construcción (3)	6.081	7.326	1
	Metales y minería (3)	5.955	2.314	2
	Productos químicos (2)	3.185	0.868	7
	Total	3.988	2.972	

Fuente: resultados obtenidos a partir de datos financieros de las empresas en el periodo 2010-2012 y procesados con el programa estadístico SPSS ver 20.

Al realizar el análisis de varianza para identificar las diferencias significativas entre las medias del VAIC™ y sus componentes a partir de los distintos subsectores, se observa que éstas existen a nivel inter-grupos e intra-grupos en los valores de la eficiencia de capital empleado CEE y la eficiencia del capital estructural SCE, lo cual significa que en estos índices existen diferencias derivadas del tipo de sector en el que se encuentran las empresas, aun cuando no se identifica que subsectores son diferentes a otros (Tabla 3).

Tabla 3
. Sector industrial de México (2010-2012). Diferencias de medias de los valores de

CEE, HCE, SCE y VAICTM, a través de los diferentes subsectores

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
CEE	Inter-grupos	0.590	9	0.066	1.977	0.093
	Intra-grupos	0.729	22	0.033		
	Total	1.319	31			
HCE	Inter-grupos	44.121	9	4.902	0.621	0.767
	Intra-grupos	173.673	22	7.894		
	Total	217.794	31			
SCE	Inter-grupos	2.710	9	0.301	3.802	0.005
	Intra-grupos	1.742	22	0.079		
	Total	4.452	31			
VAIC	Inter-grupos	66.682	9	7.409	0.787	0.631
	Intra-grupos	207.098	22	9414		
	Total	273.781	31			
ROA	Inter-grupos	0.192	9	0.021	5.511	.001
	Intra-grupos	0.085	22	0.004		
	Total	0.277	31			

Fuente: resultados obtenidos a partir de datos financieros de las empresas en el periodo 2010-2012 y procesados con el programa estadístico SPSS ver 20.

El análisis de correlación de Pearson indica la asociación entre el VAICTM y sus componentes, con el desempeño financiero (ROA) y el tamaño de la empresa (VAT). En la Tabla 4 se observa que la ROA se correlaciona con el VAICTM y sus componentes de forma positiva, en específico la eficiencia del capital estructural (0.683**) es la que en mayor medida impacta el desempeño financiero, seguido del capital empleado (0.574**) y por último el capital humano (0.550**). El VAICTM tiene un impacto moderadamente alto (0.618**) en la ROA. En cuanto al VAICTM se aprecia que mantiene correlación solo con algunas de sus variables; por ejemplo, se observan correlaciones relativamente débiles pero significativas entre la eficiencia del capital estructural y el capital empleado (0.409*), así como con el capital humano (0.679**). La correlación más alta y significativa se observa entre el VAICTM y el valor del capital humano (0.991*), lo cual confirma lo advertido en la Tabla 1, donde se encuentra que el HCE es el principal componente que contribuye al valor del VAICTM; con la eficiencia del capital estructural la correlación es medianamente alta (0.761**), mientras que con la eficiencia del capital empleado la relación no es significativa. En términos de tamaño no se encuentran correlaciones positivas con el VAICTM y sus componentes, por lo que se puede concluir que el tamaño no incide en nivel de capital intelectual y viceversa (Tabla 4).

Tabla 4
. Sector industrial de México (2010-2012). Análisis de correlación de la ROA con el tamaño de la empresa, el VAIC y sus componentes.

	CEE	HCE	SCE	VAIC	VAT
ROA	0.574**	0.550**	0.683**	0.618**	0.394*
CEE	1	0.176	0.409*	0.278	-0.096

HCE		1	0.679**	0.991**	0.169
SCE			1	0.761**	0.274
VAIC				1	0.179
**. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).					
*. La correlación es significante al nivel 0.05 (bilateral).					

Fuente: resultados obtenidos a partir de datos financieros de las empresas en el periodo 2010-2012 y procesados con el programa estadístico SPSS ver 20.

Se analizan 2 modelos (véase

Tabla 5 Y Tabla 6) de regresión lineal con el fin de explicar la asociación del desempeño financiero (ROA) con los componentes del VAICTM y el tamaño indicado por el valor total de los activos (VAT). En el modelo 1 se aprecia que los componentes del VAICTM (CEE, HCE, SCE) en conjunto explican el 55.7% de la variación del desempeño financiero de las empresas del sector industrial. Los coeficientes son positivos aun cuando solo los coeficientes de CEE y SCE son significativos, la mayor contribución al desempeño financiero la realiza el coeficiente de capital empleado ($\beta=0.383$), seguido del coeficiente de eficiencia del capital estructural ($\beta=0.368$). Es importante aclarar que los resultados son consistentes con otros hallazgos donde se ha encontrado que la eficiencia del capital empleado (CEE) es el componente que más contribuye a la ROA (Joshi *et al.*, 2013).

Tabla 5. Sector industrial México (2010-2012). Resumen de los modelos de regresión lineal.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	F	Sig.	Durbin-Watson
1	0.774 a	0.600	0.557	13.983	0.000	1.613
2	0.835 b	0.697	0.652	15.506	0.000	1.944
Nota: ^a variables predictoras: (constante), SCE, CEE, HCE; ^b variables predictoras: (constante), SCE, CEE, HCE, VAT.						
Variable dependiente: ROA						

Fuente: resultados obtenidos a partir de datos financieros de las empresas en el periodo 2010-2012 y procesados con el programa estadístico SPSS ver 20.

El modelo 2 que considera aunado a los componentes del VAICTM el tamaño de la empresa (VAT); explica en mayor proporción la variación del desempeño financiero (65.2%). Los coeficientes son positivos y significativos con excepción del coeficiente de eficiencia del capital estructural; el coeficiente que más aporta a la ROA es el CEE (0.469), el VAT (0.334) y el HCE (0.260).

Tabla 6. Sector industrial de México (2010-2012). Análisis de correlación de la ROA con el tamaño de la empresa, el VAICTM y sus componentes.

Modelo	Coeficientes tipificados		t	Estadísticos de colinealidad	
	B			tolerancia	FIV
1	(Constante) -0.44		-2,010*		
	CEE	0.383	2,886***	0.813	1.230
	HCE	0.233	1,416	0.527	1.899
	SCE	0.368	2,072**	0.452	2.210
2	(Constante) - 0.360		-3,296***		
	CEE	0.469	3,872***	0.765	1.307
	HCE	0.260	1,776*	0.525	1.906
	SCE	0.223	1,354	0.412	2.426
	VAT (tamaño)	0.334	2,939***	0.879	1.149
* significativo <0.1; ** significativo <0.05; ***significativo <0.01					
Fuente: resultados obtenidos a partir de datos financieros de las empresas en el periodo 2010-2012 y procesados con el programa estadístico SPSS ver 20.					

Al realizar la regresión lineal considerando únicamente la ROA y el VAICTM se observa una relación fuerte entre estas dos variables en el sector industrial; el modelo es estadísticamente significativo, aun cuando éste explica únicamente el 36.1% de la variación en el desempeño financiero (ROA). Lo anterior permite concluir que el VAICTM incide de manera relativa en el desempeño financiero de las empresas del sector industrial.

Para garantizar la validez de los modelos, se verificaron los supuestos de independencia (Durbin-Watson), homocedasticidad (diagrama de dispersión de pronósticos y residuos tipificados) y no-colinealidad (FIV, factores de inflación de la varianza). Como se muestra en la tabla 5, los valores del estadístico *Durbin-Watson* en ambos modelos (modelo 1: 1.613, modelo 2: 1.944) se encuentra entre 1.5 y 2.5, por lo que se asumen que no existe autocorrelación, es decir, existe independencia entre los residuos. Asimismo, con los diagramas de dispersión de los pronósticos tipificados (eje x) y los residuos tipificados (eje y) no se observó una tendencia ni lineal ni de otro tipo, lo cual es muestra de independencia y de varianzas homogéneas. Finalmente en la tabla 6 se aprecia el diagnóstico de colinealidad, donde los valores de tolerancia no son cercanos a cero y los valores del FIV son pequeño, lo cual es un indicativo de no colinealidad.

VII. Conclusiones y discusiones

El conocimiento ha impulsado el crecimiento y desarrollo de cada nación generando nuevo conocimiento e ideas, innovando en la creación de bienes y servicios. Con la nueva economía basada en tecnologías de la información se ha buscado que las empresas puedan crecer con base en el conocimiento.

En la era del conocimiento se hace necesario que la información contable no solamente refleje los elementos generadores de utilidades a través de los activos tangibles sino también a través de los intangibles como son el factor humano y el capital intelectual.

El capital intelectual genera valor añadido a una empresa y representa la nueva riqueza en las organizaciones y en las naciones, integrando diferentes activos intangibles con base en flujos del conocimiento y actividades intelectuales.

Actualmente se cuenta con un gran número de teorías y modelos que permiten registrar el valor de los intangibles como lo es el VAICTM el cual a través de su aplicación en investigaciones empíricas ha demostrado ser una herramienta útil para generar información sobre la eficiencia en la creación de valor de los activos tanto tangibles como intangibles de las empresas.

Al analizar a un grupo de empresas mexicanas del sector industrial mediante la aplicación del modelo VAICTM se ha podido identificar y afirmar que es la eficiencia del capital humano (HCE) el componente que mayor proporción aporta al valor añadido de capital intelectual (VAICTM).

Los resultados que se obtienen con la metodología del VAICTM no reflejan un comportamiento homologado al analizar a las empresas de manera individual que agrupándolas por subsectores.

Así también se puede afirmar que el tamaño de las empresas no se encuentra positivamente correlacionado con el VAICTM y sus componentes, ya que éste no incide en el valor del capital intelectual y viceversa.

La ROA sí se encuentra positivamente correlacionada con el VAICTM, por lo que se concluye que éste incide significativamente en el desempeño financiero de las empresas del sector industrial en México.

Los resultados obtenidos son consistentes con algunos de los estudios realizados en otros sectores y países, lo que permite confirmar parcialmente la hipótesis inicialmente planteada, ya que sólo altos valores de CEE y SCE sí impactan de forma positiva en el desempeño financiero de las empresas, con la reserva del HCE, el cual no es significativa, por lo que aquellas compañías que invierten en el desarrollo de su capital intelectual obtienen resultados positivos en términos financieros y por ende de competitividad.

VIII. Fuentes de consulta

Becerra-Fernández, I. y Sabherwal, R. (2005), “Knowledge management at NASA-Kennedy Space Center”, en *Int.J.Knowledge and Learning*, vol. 1, núms. 1-2, pp.159-170.

Bolsa Mexicana de Valores BMV (2014). Listado de empresas emisoras. Información digitalizada. Informes anuales. Reportes anuales. [en línea], disponible en: www.bmv.com.mx

Bueno, E., Salmador, M., & Merino, C. (2008). Génesis, concepto y desarrollo del capital intelectual en la economía del conocimiento: Una reflexión sobre el Modelo Intellectus y sus aplicaciones. (Spanish). *Estudios De Economía Aplicada*, 26(2), 43-63.

Centro de Investigación y Documentación sobre problemas de la Economía, el Empleo y las Cualificaciones Profesionales CIDEC (2004). *Gestión del conocimiento y capital intelectual*. Número 31. Colección: cuadernos de trabajo -formación, empleo, cualificaciones-. Donostia-San Sebastián. Michelena Artes Gráficas S.L.

Darín, S. & González, Y. (2008). Nuevos paradigmas de la gestión en un cambio de época: de la era industrial a la era del conocimiento, los retos derivados de la globalización. (Spanish). *Ciencias De La Información*, 39(1), 53-58.

Davenport, T. y Prusak, L. (2001), "Know what you know" [en línea], disponible en:

<http://www.brint.com/km/daveport/cio/know.htm>

Grant, R.M., 1991. The resource based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33(3), pp.114-135.

Huei-Jen, S. (2006). Application of the VAIC Method to Measures of Corporate Performance: A Quantile Regression Approach. *Journal Of American Academy Of Business, Cambridge*, 8(2), 156-160.

Joshi, M., Cahill, D., Sidhu, J. & Kansal, M. (2013). Intellectual capital and financial performance: an evaluation of the Australian financial sector. *Journal of Intellectual Capital*. Volume: 14 [Issue: 2](#). pp.264 – 285.

Kujansivu, P. & Lonnqvist, A. (2007), "Investigating the value and efficiency of intellectual capital", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 8 No. 2, pp. 272-287.

Laing G., Dunn, J & Hughes-Lucas, S. (2010). Applying the VAIC™ model to Australian Hotels, *Journal of Intellectual Capital*, 11(3), 269-283.

Lev, B. y Sougiannis, T. (1996): "The Capitalization, Amortization and Value-Relevance of R&D", *Journal of Accounting and Economics*, vol. 21, pp. 107-138.

Nonaka, I. (2000). "La empresa creadora de conocimiento", en *Gestión del conocimiento*. Bilbao. Deusto.

Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento: cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. México. Oxford University Press.

Ordóñez (2004). *El capital estructural organizativo como fuente de competitividad empresarial*. Recuperado de:
www.minetur.gob.es/Publicaciones/.../357/13_PatriciaOrdenez_357

Palomo, M. (2003) La evaluación de los activos intangibles parte 1. Los modelos. *Ingenierías*, Julio- Septiembre 2003, vol. VI, No.20 pag.12-17 UANL. Recuperado de:
www.ingenierias.uanl.mx/20/pdf/20laevaluaciondeactivos

Prusak, L. (1997), *Knowledge in organizations*. Boston. Butterworth-Heinemann.

Pulic, A. (1998). *Measuring the performance of intellectual potential in the knowledge economy*. Recuperado de: www.measuring-ip.at.

Pulic, A. (2000). VAIC™ – an accounting tool for IC management. *International Journal of Technology management*, 20(5), 702-714. Recuperado de:
<http://resources.metapress.com/pdf-preview.axd?code=y2c0e4516wb4a9lf&size=largest>

Pulic, A. (2004), Intellectual capital – does it create or destroy value?, *Measuring Business Excellence*, Vol. 8 No. 1, pp. 62-8. Recuperado de:
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=843767>

Ross, S., Westerfield, R., y Jordan, B. (2014). *Fundamentos de finanzas corporativas*. México. McGrawHill.

Ruíz, J. (2013). La importancia de la gestión del conocimiento y su impacto en la competitividad de las empresas. Portal Arriaga y Asociados:
<http://www.arriagaasociados.com/blog/>

Sánchez, A., Melián, A. y Hormiga, E. (2007). El concepto de capital intelectual y sus dimensiones. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de las Empresas*. Vol. 13, No 2, 2007, pp. 97-111. ISSN 1135-2523.

Statistical Package for the Social Sciences SPSS (2012). SPSS Software. Recuperado de:
<http://www-01.ibm.com/software/analytics/spss/>

Sveiby, K-E. (2000). *Capital intelectual. La nueva riqueza de las empresas*. Maxima Laurent du Mesnil, Paris.

Sveiby, K-E. (2010). *Methods for Measuring Intangible Assets*. Copyright ©Karl-Erik Sveiby Jan 2001, updated 27 April 2010. All rights reserved. Recuperado de:
<http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm>

Volkov, A. (2012). Value Added Intellectual Co-efficient (VAIC™): A Selective Thematic-Bibliography. *Journal of New Business Ideas & Trends*. 10(1), pp. 14-24.

Wah, S., Hang, K. & Wu, W. (2011). Charting intellectual capital performance of the gateway to China. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 12 Iss: 2, pp.249 – 276.

La tendencia del Desarrollo Científico en México refleja la competitividad del Capital Intelectual: Un análisis descriptivo.

Dra. Ruth Leticia Hidalgo Gallardo

Mtra. Martha Jiménez Alvarado

Profesoras Investigadoras del Área Académica de Contaduría,

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México; Circuito la Concepción Km. 2.5

San Juan Tilcuautla, Hgo. 4216.

Resumen

En México el número de investigadores es claramente insuficiente en comparación con el tamaño del sistema educativo en países del primer mundo. Es por ello que para este trabajo se ha considerado analizar de manera descriptiva la situación en la que se encuentra nuestro país en el tema de investigación e identificar si existe el potencial del capital intelectual. Para ello hemos considerado la información estadística emitida por el CONACYT por el periodo 2002-2011. Encontrándose que aún y cuando el país está impulsando la ciencia y tecnología mediante el Plan Nacional de Desarrollo, el factor de impacto de la producción investigadora no ha sido el óptimo ya que a partir del año 2003 se ha visto en descenso hasta el año 2011, situación que afecta de manera inminente a la competitividad y creación de valor del capital intelectual en la investigación Mexicana.

Palabras clave: Investigación, Capital Intelectual, CONACYT, Factor de impacto.

Introducción:

Al hablar del Capital Intelectual en la investigación que existe en México, no podemos dejar atrás el mencionar que los países desarrollados cuentan con escenarios de personal calificado quienes instruyen a diferente nivel la enseñanza escolar, esto redundando en obtener un capital humano de calidad y pertinente que satisface exigencias de su economía. A este respecto, resulta de interés comentar que esos países toman mayor interés en estudios de posgrado ya que de ahí surgen los especialistas y maestros en determinados campos específicos del conocimiento. En México, se ha dado una particular atención a este rubro ya que cuenta con capital humano dedicado a la ciencia e investigación, a reserva de que el número de los mismos no es muy significativo respecto al total de la población estudiantil.

Es así como lo enmarca el artículo publicado por la Crónica, en el cual se comenta que México se encuentra entre dos y cinco veces menos investigadores que países de similar desarrollo, existiendo únicamente el 0.7 investigadores por cada mil personas económicamente activas (PEA), mientras que en Brasil, España, Corea del Sur y Estados Unidos sus indicadores son de 1, 4, 6 y 14 respectivamente, lo que representa porcentajes superiores a México.

Por otro lado el análisis destaca que el PEA de México es del orden de los 35 millones de personas, de las cuales aproximadamente 14 millones tienen empleo formal. El 77% de esa población con empleo formal tiene un nivel menor a la educación media superior y 17 % tiene escolaridad superior. En cuanto a la formación de investigadores, la tasa anual de crecimiento promedio internacional es del 12.7%; sin embargo, México presenta un rezago importante en la formación de personal con posgrado. Así, mientras en México se forman

alrededor de tresmil doctores al año, en Brasil egresan seis mil, en España cinco mil, en Corea del Sur cuatro mil y en Estados Unidos 45 mil. Es de esta manera que se muestra que el número de investigadores es claramente insuficiente en comparación con el tamaño del sistema educativo mexicano y con las necesidades existentes. Entre investigadores y maestros se llega a sólo .03%, de cualquier forma, ha estado creciendo constantemente desde 1993, es así como el Consejo Mexicano de Investigación Educativa (COMIE) lo establece ya que desde 1998 al 2008 creció un 64%.

Una de las situaciones peculiares que existe en nuestro país es que la edad promedio de los investigadores educativos es alta, cerca de los 50 años, y no es claro que una nueva generación esté surgiendo, especialmente una más capaz de llevar a cabo el trabajo de gran escala y más aplicado que se requiere. Asimismo la comunidad de investigadores no está suficientemente articulada puesto que los investigadores que trabajan en diferentes problemas y en diferentes tipos de instituciones no interactúan suficientemente; de hecho, sus tradiciones pueden llevarlos a subestimar tipos de investigación que no sean los suyos (Díaz Barriga, 2002)

De igual manera pocos investigadores son capaces de llevar a cabo el tipo de estudios cuantitativos de larga escala que el país necesita, particularmente cuando está tratando de analizar cómo la descentralización ha afectado la calidad y la equidad a través de los estados. Uno de los propósitos y razones de la investigación acerca de la decadencia de los investigadores en México es llegar al principal factor por el cual en México con tanta historia sigue siendo un país en desarrollo. Existiendo que México se remonta a más de 500 años con la creación del sistema nacional de ciencia. De acuerdo con lo planteado por Eli

de Gortari (1963), tras gran desarrollo científico logrado en el México antiguo, se destacan en nuestro país únicamente tres épocas cuyas condiciones permitieron que se impulsara de forma notable la actividad científica; del colonialismo al despotismo ilustrado (1525-1792); del movimiento de independencia al Porfiriato (1810-1888) y del movimiento revolucionario al sistema actual (1900-2000).

La primera etapa se inicia tras fundarse en 1525 el Colegio de San José de los Naturales, considerado como la primera institución educativa novohispana. Las características de esta etapa se basan en que los investigadores no cuentan con los elementos adecuados, ni la infraestructura para la realización de sus actividades, son autodidáctas y la improvisación e ingenio imperan como sus sustitutos. Lamentablemente, a partir de que se instituye la educación escolástica, en el año de 1570, y por más de 200 años, la penetración de los avances científicos y nuevas corrientes filosóficas en la nueva España fueron sometidos a la teología y al consentimiento eclesiástico. Ya después hasta 1764 cuando el despotismo ilustrado del rey Carlos III favoreció el libre comercio en América, propició la introducción de las obras de Calvino, Descartes, Diderot, Feijoo, Filangieri, Linneo, Montesquieu, Newton, Rousseau y Voltaire.

La segunda etapa, que va del movimiento de independencia al porfiriato, se inicia con la firma de los tratados de Córdoba, tras el triunfo del movimiento de independencia, cuando dan comienzo las primeras acciones nacionalistas para impulsar la ciencia en México. Es así como en 1826, se crea el Instituto de Ciencias y Artes de la ciudad de México con el objeto central de promover la actividad científica. Es en esta etapa, cuando se declara gratuita y obligatoria la enseñanza primaria, mejora sustancialmente la escuela secundaria y

se apoya a la educación superior, por consiguiente se fundan institutos de investigación y se forman asociaciones científicas. En 1833 se promulga una ley sobre enseñanza pública, cuya aplicación condujo, por una parte, a la clausura de la Real y Pontificia Universidad y, por otra, a la creación de la Dirección General de Instrucción Pública para el Distrito y Territorios Federales, con el propósito de formar un órgano rector de la educación y el desarrollo de la ciencia. Ese mismo año se crean la Biblioteca Nacional y la Escuela Normal.

En 1868, se establecen las Escuelas de Estudios Preparatorios, de Jurisprudencia, Medicina, Cirugía y Farmacia, Agricultura y Veterinaria, Ingeniería, de Naturalistas, Bellas Artes, Comercio y Administración, Artes y Oficios, un observatorio astronómico, un jardín botánico y la Academia Nacional de Ciencias y Literatura.

Con el siglo XX da inicio la tercera etapa, que va de 1900 a 2000. Justo Sierra promueve, en 1911, la reforma integral de la educación mexicana. Su posición arraigada en las ideas del liberalismo, favoreció su labor hacia la pedagogía social un hecho sin precedentes también es que se consolida la investigación en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en 1937 se funda el Instituto Politécnico Nacional (IPN), ambos desde las últimas décadas y hasta la fecha han asumido el liderazgo en la educación superior así como en la investigación científica y humanística de nuestro país (Aréchiga, 1995).

En 1935 se crea el Consejo Nacional de la Educación Superior y la Investigación Científica (CONESIC), sustituido en 1942 por la Comisión Impulsora y Coordinadora de la Investigación Científica (CICIC), y posteriormente en 1950 por el Instituto Nacional de la

Investigación Científica (INIC), en 1946 surge el Instituto Mexicano de Investigaciones Tecnológicas y los Laboratorios del Fomento Industrial (LANFI) en 1948.

A partir de los años sesenta, se inician los posgrados como estrategia en la formación de investigadores ya que anteriormente se obtenían los grados en el extranjero. En esta época, el IPN introduce el modelo de institución de posgrado con la creación del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados (CIVESTAV) el cual tiene como propósito la investigación científica y tecnológica. También se crean el Instituto Mexicano del Petróleo (IMP), el Instituto Nacional de Energía Nuclear (INEN) y el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales (INIF). Otro evento de suma importancia en este periodo, es la creación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT). En 1978, se crea la Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica (SESIIC), dependiente de la SEP (De Allende, 1995).

En 1984 da inicio el Sistema Nacional de Investigadores (SNI), Posteriormente se aplica el Programa Nacional para el Desarrollo de la Educación Superior (PROIDES) 1986-1988, en el cual se dedica una sección a los problemas de la investigación en el capítulo titulado Diagnóstico de la Educación Superior, investigación científica y tecnológica según afiliados a instituciones con sede capitalina, además entre la UNAM, la UAM, el CINEVESTAV y los institutos de salud del gobierno federal contribuyen con más del 75% de la producción científica total (Aréchiga, 1995).

En 1999 se crea la Ley para el fomento de la investigación científica y tecnológica, la cual pretendía promover un crecimiento más acelerado y efectivo de las actividades científicas y

tecnológicas del país, pero tuvo una efímera existencia, pues el 5 de junio de 2002 se publicó la nueva Ley de ciencia y tecnología. Con el comienzo del nuevo milenio se establece el Programa Nacional de Ciencia y Tecnología, a partir del cual se constituye, en 2002, el Programa Especial de Ciencia y Tecnología, que se integró al instrumento fundamental de planificación científica de nuestro país en el 2006.

Es así como surge en México el impulso a la investigación apoyándose con escuelas, centros y organismos gubernamentales. Actualmente en Julio de 2014 se publica en el Diario Oficial la aprobación del Programa Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación 2014-2018 del CONACYT en el cual su principal función es estar acorde con el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 en cuanto a dar cumplimiento a los objetivos de elevar la productividad y competitividad en ciencia y tecnología cuya herramienta es fundamental para incurrir en una economía basada en el conocimiento.

Literatura previa

Los estudios que hacen referencia al aspecto de la investigación, se desarrollan en el marco de la búsqueda de una metodología innovadora para la investigación (Garello, M., et al. 2009; Oliveira V y Waldenez M., 2010; Coria, A., et al., 2010). Por otra parte el estudio de Gogolin, I., (2012) se aboca al proyecto EERQI como un instrumento prototipo con el cual mediante productos y métodos pueden realizar la medición de la calidad investigadora en las ciencias sociales y humanidades.

Colina, A. (2012), lleva a cabo a través de una metodología descriptiva–interpretativa; la búsqueda, vía Internet, de las principales instituciones de nivel superior del país que

cuentan con centros, departamentos o líneas de investigación en ciencias sociales y/o de la educación. Con el fin de conocer cuándo y cómo se comienza a sentir un investigador en educación como tal, y cómo vive, piensa y siente su profesión, se han realizado a la fecha 30 entrevistas con informantes clave, elegidos a través de un muestreo teórico, tomando en cuenta, además, el consentimiento informado y criterios de heterogeneidad y accesibilidad.

Los datos encontrados indican que los investigadores con más antigüedad en el campo de la investigación educativa (IE) sitúan sus inicios a mediados de la década de los sesenta. Durante los siguientes 15 años, cerca de 20 investigadores impulsaron la conformación y crecimiento del mismo. Los diagnósticos que formulaba la SEP a finales de los años setenta permitían observar que más de 80% de quienes hacían investigación sólo tenían licenciatura, algunos incluso eran pasantes, esto es, se trataba de una comunidad en formación. Algunos de ellos continuaron desarrollándose en el campo y hoy en día forman parte de la comunidad de investigadores consolidados. En la investigación documental realizada se encontró que antes del año 2000 había una serie de contradicciones en los reportes de investigación sobre el número de investigadores que tenía el campo de la IE en México; sin duda, las contradicciones tenían su origen en "la elasticidad del concepto de investigador de la educación

Tomando en cuenta que la investigación es una búsqueda de conocimientos que ayuda a darle solución a un problema, es por ello que surge nuestro interés de conocer cómo se ha desarrollado la investigación en México y la utilidad que se le ha dado para dar solución a los problemas que como país enfrentamos.

Objetivo

El objetivo que persigue este trabajo es conocer de manera descriptiva la situación que actualmente prevalece en México con respecto al tema de investigación, en aras de identificar el potencial del capital intelectual que existe en nuestro país en esta era del conocimiento.

Muestra

Con la finalidad de dar respuesta al objetivo que nos hemos planteado, para este estudio se utilizarán dos muestras de datos, primeramente una muestra de graduados del programa doctorado y del Sistema Nacional de Investigadores correspondientes al periodo 2002 a 2012 y para los factores de impacto y publicaciones se tomará en cuenta la muestra de 2002 a 2011 en base a la información estadística que reporta el CONACYT dentro de su Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología, correspondiente a los siguientes puntos:

- ✓ Graduados del programa de doctorado por área de la ciencia.
- ✓ Miembros del Sistema Nacional de Investigadores por categoría y nivel
- ✓ Miembros del Sistema Nacional de Investigadores por entidad federativa según categoría y nivel
- ✓ Artículos publicados por científicos mexicanos por disciplina.
- ✓ Citas recibidas según año de publicación de artículos
- ✓ Factor de Impacto de artículos publicados por disciplina
- ✓ Factor de Impacto de artículos publicados por país.

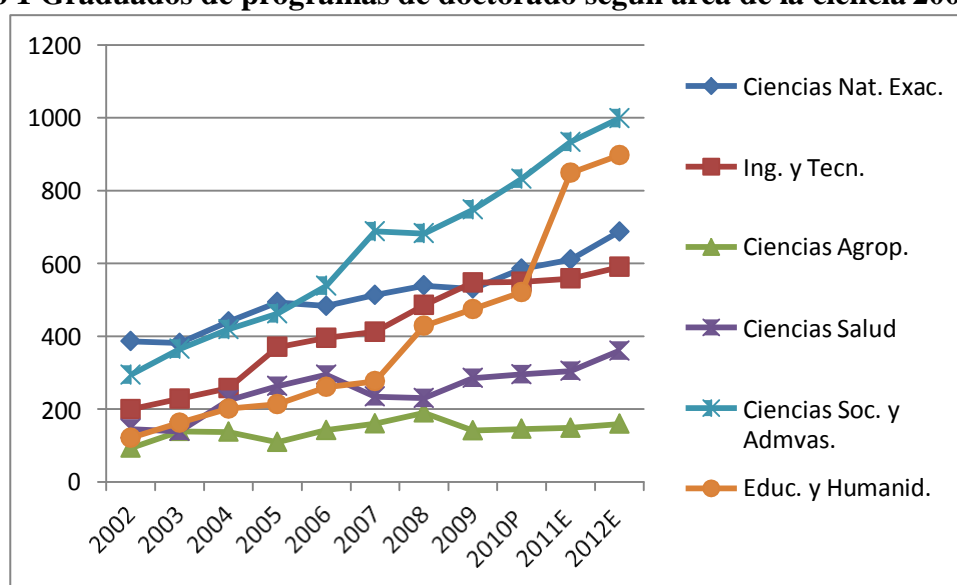
Análisis estadístico

Tomando en consideración que para conocer el grado de investigación que existe en nuestro país, debemos partir del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 el cual prevé entre sus principales estrategias el implementar la política de Estado que coadyuve al país a respaldar la economía mediante el crecimiento científico, tecnológico e innovador. Para ello la dependencia del CONACYT es la encargada de verificar el cumplimiento del Programa Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación aprobado para el periodo 2014-2018. Es de esta manera que para el desarrollo de este trabajo consideraremos las estadísticas que esta dependencia ha emitido en los últimos 10 años por lo que analizaremos el periodo correspondiente a 2002-2012.

En base a lo anterior hemos considerado analizar primeramente el comportamiento que el capital humano ha tenido durante este periodo, Las estadísticas del INEGI reportadas al año de 2011 reflejan un total de investigadores tanto del sector público como del privado a nivel nacional de 46,125. Para conocer la evolución que ha tenido durante el periodo analizado los graduados de doctorado según el área de la ciencia reportados por el CONACYT, se muestra El Gráfico 1 Graduados de programas de doctorado según área de la ciencia 2002-2012 donde las ciencias sociales y administrativas son las que encabezan este crecimiento con un total de 6,958 egresados, seguido de las ciencias naturales y exactas con un total de 5,647, mostrándose en el gráfico que su crecimiento ha sido de forma paulatina, el tercer lugar lo ocupan las ciencias de ingenierías y tecnologías con un total de 4,590, que van de la mano con las ciencias de educación y humanidades representado por 4,401 egresados, en este rubro cabe hacer mención que hubo un repunte en el año de 2010 a 2012, ya que de 521 graduados en el año de 2010 éste se incrementa a 848 en 2011 y 897 en 2012.

Finalmente se encuentran las ciencias de la salud con 2,773 graduados y las ciencias agropecuarias con un total de 1,563 siendo éstas ciencias las que han disminuido sus egresados a partir de 2008. Lo anterior nos muestra que aún y cuando México presenta un rezago importante en la formación de personal con posgrado en comparación con países como Brasil, España, Corea del Sur y Estados Unidos, sigue esforzándose por seguir incrementando año con año el total de egresados en posgrados doctorales.

Gráfico 1 Graduados de programas de doctorado según área de la ciencia 2002-2012



Fuente: Elaboración propia siguiendo el Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2011-2012.

En el año de 1984 surge el Sistema Nacional de Investigadores(SNI) su principal propósito es el fortalecer y estimular la calidad de la investigación mediante apoyos a investigadores de instituciones públicas y privadas, dicho sistema está integrado por 3 categorías: a) Candidato a Investigador Nacional, b) Investigador Nacional y c) Investigador Nacional Emérito. La distribución de miembros de SNI por nivel de estudios a 2012 está representada por el 4% de licenciaturas y otros estudios, el 4% en el grado de maestría y el 92% le corresponden al grado de doctor.

Al año 2012 las estadísticas del CONACYT muestran que, los miembros que pertenecen al SNI, por categoría y nivel ascienden a un total de 18,555, de esta manera el Gráfico 2 señala que el Nivel I representa el 54% seguido por la categoría de candidato con el 19% y muy similar a este se encuentra el nivel II representado por el 18%, a este respecto podemos decir que al año 2009 el nivel II superaba con 351 a la categoría de candidato, no obstante a partir de 2011 ésta categoría aumentó a 255 y en 2012 a 293, con lo anterior podemos deducir que es más sencillo obtener la categoría de candidato a pasar de un nivel I a un nivel II. Finalmente nuestro gráfico refleja el nivel III solo representa el 9%.

Gráfico 2 Miembros del Sistema Nacional de Investigadores por categoría y nivel

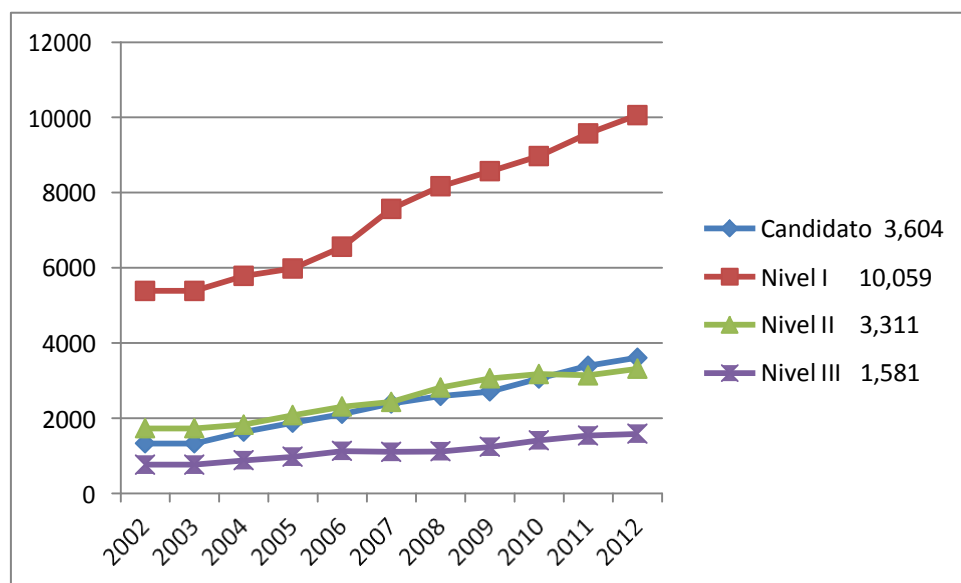
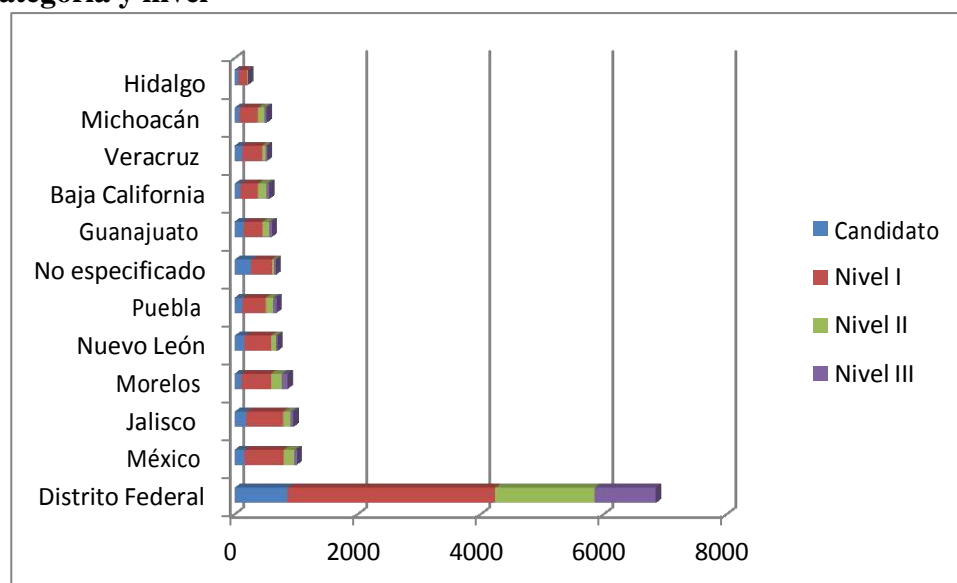


Gráfico 2

Fuente: Elaboración propia siguiendo el Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2011-2012

De acuerdo con la información del CONACYT el 42% de los investigadores están concentrados en la región metropolitana (D.F y Cd. de México). Esta situación se ha reflejado desde hace 20 años, se podría haber esperado que con la descentralización que comenzó en 1992, esta situación pudiera haberse visto resuelta, pero las estadísticas sugieren que no es así. Lo que es más, de un total de 31 estados, excluyendo al Distrito Federal, el hecho de que 8 o 10 se encuentren interesados en promover la investigación puede que la aumente en algunas áreas del país, pero puede ampliar también la brecha que existe con otros estados, usualmente los menos desarrollados. La falta de las condiciones necesarias para emprender la investigación educativa., Díaz Barriga (1998) argumenta que el reto mayor al comienzo del siglo XXI, en lugar de ser el crecimiento de la investigación educativa, debe ser impulsar las condiciones institucionales que permitan que actividades rigurosas de investigación educativa se lleven a cabo.

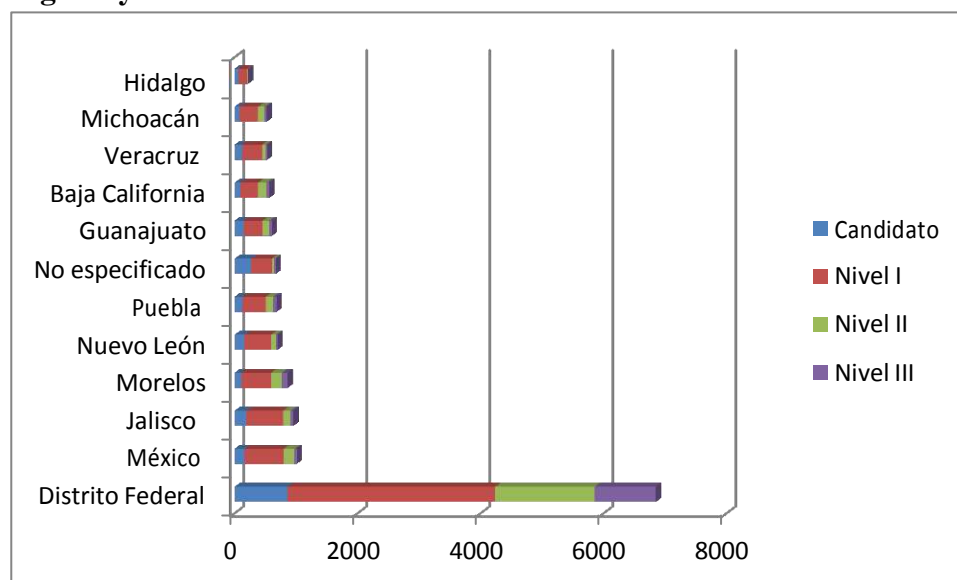
El Gráfico 3 Miembros del Sistema Nacional de Investigadores por entidad federativa según categoría y nivel



Fuente: Elaboración propia siguiendo el Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2011-2012 marca las principales entidades federativas (11)

incluyendo al estado de Hidalgo quien ocupa el lugar número 20 en la relación general. Como se ha comentado anteriormente el Distrito Federal supera en gran manera con un total de 6,853 miembros, seguido del Edo. de México con 1,012; Jalisco 959; Morelos 864; Los estados de Nuevo León, Puebla, No especificado y Guanajuato oscilan entre los 700 y 600 miembros; entre los 524 a 566 miembros corresponden a los estados de Baja California, Veracruz y Michoacán, de igual forma podemos observar en el gráfico que, éstos estados cuentan con las categorías de candidato y los niveles I, II y III, prevaleciendo con mayor número de integrantes el nivel I. Finalmente el estado de Hidalgo cuenta con 222 miembros quien al año de 2012 no contaba con miembros del nivel III.

Gráfico 3 Miembros del Sistema Nacional de Investigadores por entidad federativa según categoría y nivel



Fuente: Elaboración propia siguiendo el Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2011-2012

La importancia que nos muestran los gráficos que anteceden es la base para que exista producción científica en el país, con ello estamos en posibilidades de dar solución a diferentes problemas existentes, el Gráfico 4 revela que, las ciencias naturales y exactas son

las que más publicaciones han realizado en el periodo de 2002 a 2011, seguido de las ciencias de la salud, siendo estas dos ciencias las que de manera necesaria y entendible por las necesidades que imperan en la nación, repuntan a las demás por encima de 2000 publicaciones. Las ciencias que han mostrado un equilibrio en sus publicaciones son la ingeniería y tecnología y las ciencias de educación y humanidades, no así las ciencias sociales y administrativas que a partir de 2009 superan a las ciencias agropecuarias.

Gráfico 4 Artículos publicados por científicos mexicanos por disciplina

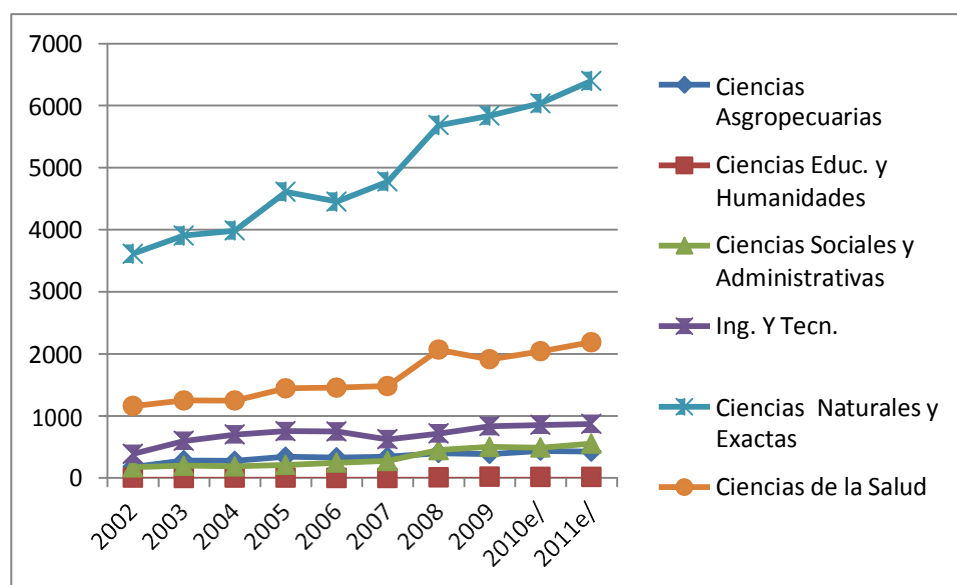


Gráfico 4

Fuente: Elaboración propia siguiendo el Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2011.

Otro aspecto que al investigador resulta de interés es conocer las denominadas citas ya que son las referencias que marca el impacto y visibilidad que el investigador posee en su área de investigación, éstas pueden recogerse en la “Web of Science” quien destaca los índices más reconocidos y utilizados a nivel internacional, en sus páginas denominadas “ScienceCitationIndexExpanded”; “Social ScienceCitationIndex” y “Art and

HumanitiesCitationIndex”. Es de esta manera que el Gráfico 5 Y Gráfico 6nos señalan el comportamiento de las mismas durante el periodo analizando, observando que todas las ciencias a partir del 2004, 2005 y 2006 han sufrido de manera inequívoca una fuerte caída la cual hasta el año de 2011 continúa la tendencia a la baja.

Gráfico 5 Citas recibidas según año de publicación de artículos

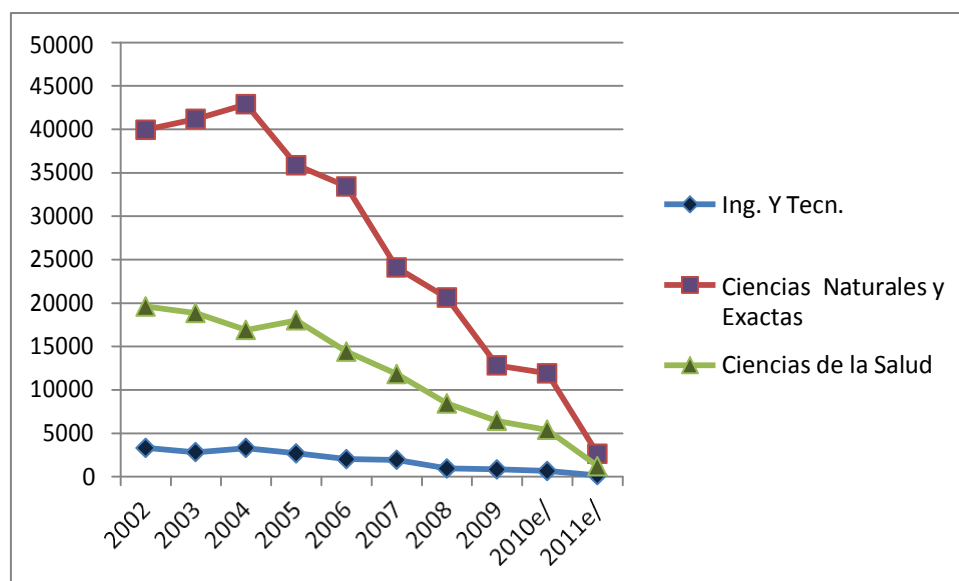


Gráfico 5

Fuente: Elaboración propia siguiendo el Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2011.

Gráfico 6 Citas recibidas según año de publicación de artículos

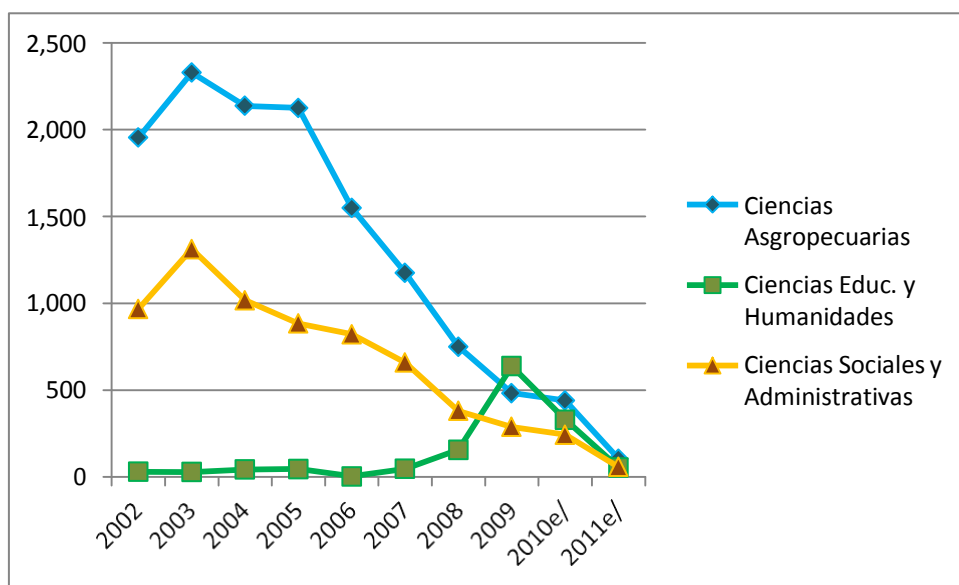


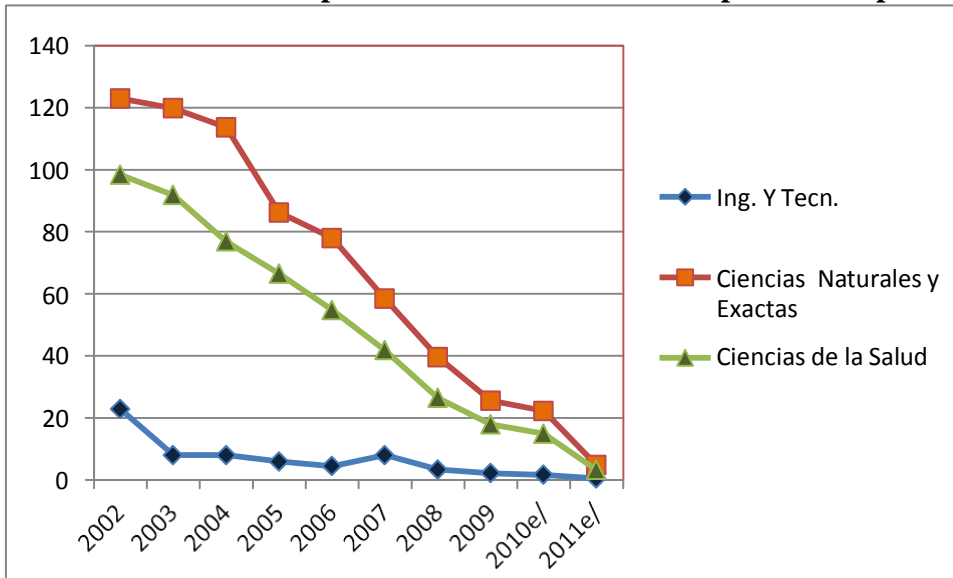
Gráfico 6

Fuente: Elaboración propia siguiendo el Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2011.

Para conocer el factor de impacto que tiene la producción, éste se determina dividiendo el número de citas entre el número de publicaciones, es así como los

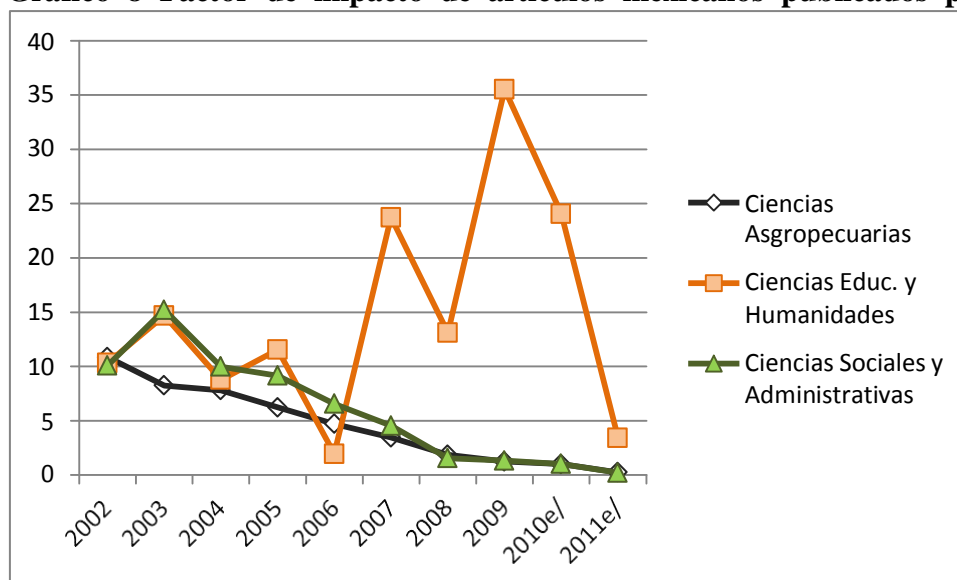
Gráfico 7 Y Gráfico 8 muestran el efecto que han tenido las ciencias en el periodo de análisis, determinándose con esto que la producción que se expone en mercados nacionales e internacionales, no ha logrado el impacto deseado ya que la tendencia es a la baja.

Gráfico 7. Factor de impacto de artículos mexicanos publicados por disciplina



Fuente: Elaboración propia siguiendo el Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2011.

Gráfico 8 Factor de impacto de artículos mexicanos publicados por disciplina



Fuente: Elaboración propia siguiendo el Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2011.

Conclusión

Los resultados de este estudio básicamente mediante el análisis descriptivo de las estadísticas publicadas por el CONACYT, nos revelan que el campo de la investigación crece de manera paulatina tanto en el número de graduados de programas doctorales como de miembros que ingresan al Sistema Nacional de Investigadores y la producción realizada mediante artículos publicados. Esto nos lleva a deducir que aún y cuando el Plan Nacional de Desarrollo ha impulsado mediante estrategias y políticas el crecimiento científico, tecnológico e innovador en México, los resultados al año 2011 no han superado a países latinoamericanos como Argentina, Brasil, Canadá, Colombia y EUA.

De igual forma y más preocupante aún, son los resultados en cuanto al factor de impacto determinado mediante la división de número de citas / número de publicaciones, ya que a

partir del 2002 todas las disciplinas han reflejado un descenso hasta el año de 2011, lo que significa que la producción que se expone en el mercado a nivel nacional e internacional, no logra tener el impacto deseado.

En base a lo anterior y tomando en cuenta que nuestro objetivo radica en identificar el potencial del capital intelectual en la investigación en México, podemos concluir que aún no se han alcanzado los estándares que lleven al país a una competitividad y creación de valor en el conocimiento debido a que no ha logrado alcanzar el impacto de calidad que la propia producción requiere.

Las limitantes que existieron en la elaboración de este trabajo fueron el no contar con información estadística referente a publicaciones, citas y factor de impacto correspondientes al año 2012, para ser congruentes con la información proporcionada en este trabajo en cuanto graduados del programa doctoral y miembros del SNI a esa fecha. Y carecer del Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2013, con el cual se hubiese proporcionado una información actualizada.

Futuras Investigaciones: Es importante conocer qué factores del Capital Intelectual (Estructural, Relacional y Humano) inciden en la calidad de las publicaciones en México

Bibliografía

- Aboites, J., (1994) “Evolución reciente de política científica y tecnológica de México”.
Revista Comercio Exterior, septiembre 1994, pp.780-789.
- Cervo A y Bervián, P., (1989). Metodología científica. Bogotá: McGraw-Hill. 5ta. Ed.
- Colina, A. (2012), “El crecimiento del campo de la investigación educativa en México”. Un análisis a través de sus agentes, Perfiles educativos, 31-jul-2012, ISSN 0185-2698
- CONACYT “Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2011”;
“Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2004, 2006-2008”, “Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología. México. 2004, 2006-2010”, “Institute for Scientific Information, 2010”
- Coria, A., Pastor, I., Torres, Z., (2010) “Propuesta de metodología para elaborar una investigación científica en el área de Administración de Negocios”. Pensamiento y Gestión, No. 35 ISSN 1657-6276
- Díaz Barriga, A. (1998). “La investigación en educación. Su conformación y retos”.
Unpublished document. México: UNAM
- Elí de Gortari, (1963) “La ciencia en la historia de México” México, Fondo Cultura Económica.
- Garello, M.; Rinaudo, M. y Donolo, D. (2011) “Valoración de los Estudios de diseño como metodología innovadora en una investigación acerca de la construcción del conocimiento en la universidad”. RED-DUSC. Revista de Educación a Distancia – Docencia Universitaria en la Sociedad del Conocimiento. Número 5. Pp. 3-34
(<http://www.um.es/ead/reddusc/5>)
- Ingrid Gogolin (2012) “Identificación de la calidad en las Publicaciones de Investigación Educativa: Proyecto Europeo sobre los Indicadores de Calidad en la Investigación

- Educativa (EERQI)". Revista de investigación Educativa Volumen 30, número 1 (enero), 2012pp. 13-28
- Martínez M., (2013), "Historia de la ciencia en México 1" Suplemento Científico de la Jornada Veracruz (el jarocho cuántico al son de la ciencia) Año 3, N°27, México junio 2013, pp-1-8
- Oliveira de Vasconcelos V y Waldenez de Oliveira, M., (2010), "Trayectorias de investigación acción: concepciones, objetivos y planteamientos". Revista Iberoamericana de Educación / Revista Ibero-americana de Educação ISSN: 1681-5653 n. ° 53/5
- Sabino, C., (2000). "El proceso de investigación". Panapo, Caracas, 1992, 216 pág., publicado también por Ed. Panamericana, Bogotá y Ed. Lumen, Buenos Aires.
- Retana, O., (2009), "La institucionalización de la investigación científica en México breve cronología", Revista Universidad Autónoma de Campeche. Mensual Ciencia 94, junio 2009 pág. 46-51
- Carrizales, D., (2011) "México en desventaja ante países que si impulsan la investigación" Entrevista a Raúl Gerardo Quintero Flores, Cultura Diario, México, La Jornada, 11 Diciembre del 2011, pág. 2.
- Gazcón, F., (2012) "México es el que menos invierte en investigación y desarrollo:OCDE" Excelsior, Economía Diario, México, Dinero en imagen, 23-11-2012, pág. 25

Definiciones en la organización de la función de investigación en una institución de educación superior. El caso del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la UAEH

Martha Jiménez Alvarado
Instituto de Ciencias Económico Administrativas
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
mjimenez@uaeh.edu.mx
7172000 ext. 4131

Ruth Leticia Hidalgo Gallardo
Instituto de Ciencias Económico Administrativas
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
ruthhidalgo757@hotmail.com
7172000 ext. 4131

Resumen

Una de las funciones sustantivas de las universidades es la Investigación, la cual se ha posicionado en un nuevo lugar en nuestro país a partir del reconocimiento realizado a nivel federal por el programa PROMEP, el cual propone elevar la habilitación del profesorado para la realización de esta importante actividad. Al paso de los años se han encontrado diferentes resultados como consecuencia de esta conceptualización. En el caso de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, se han conformado diferentes cuerpos académicos para el cumplimiento de tal función y cada uno de ellos ha desarrollado diferentes formas para la realización de este trabajo. En esta ponencia se presentan algunos lineamientos para la organización de la investigación dentro de el Instituto de Ciencias Económico Administrativas, a partir de la participación directa en una de sus áreas académicas, de investigación documental y de la revisión de los productos académicos que

se han obtenido en este proceso, pretendiendo que tal función sea mas eficiente y de mejor calidad.

Palabras clave: Cuerpos académicos, organización de la investigación.

Abstract

One of the main functions of universities is research, which has been positioned in a new place in our country from the recognition conducted by the federal government thru the PROMEP program, which aims to increase the empowerment of teachers to carry out this important activity. Over the years we found different results as a consequence of this new conceptualization. In the particular case of the Autonomous University of Hidalgo State, it has created different academic bodies to fulfill such an important function and each one has developed different ways to perform their work.

In this paper, some guidelines for the particular organization for research are presented for the Institute of Economics and Administrative Sciences, generated from direct participation in one of the academic areas, documentary research and review of academic products that have been obtained in this process, we expect to be more efficient and have a better quality.

Key words: Academic Bodies, organization of research.

Desarrollo

Antecedentes de la Investigación dentro de la UAEH.

De acuerdo con los antecedentes del Programa Institucional de Investigación 2004-2006, dentro de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), la función sustantiva de la investigación surgió en el año 1973 con la creación del Instituto de Investigación

Científica y Tecnológica, el cual cambió en el periodo 1977 – 1978 a la denominación de División de Investigación y Tecnología.

Para el año de 1982 se publica el primer Manual de Organización de dicha División dentro en el cual se crea la Dirección de Investigación y posteriormente se anexa a ella la División la Dirección de Estudios de Posgrado.

Un aspecto de gran importancia para el desarrollo de la investigación en la UAEH fue la creación de los centros de investigación que dependían directamente de las Dependencias de Educación Superior, lo cual ocurrió en el año 2000. Para esas fechas los productos y los proyectos de investigación eran totalmente reducidos y también los cuerpos académicos consolidados y sumamente bajo el número de profesores con perfil preferente reconocidos por el PROMEP o por el SNI (Sistema Nacional de Investigadores) o el Sistema Nacional de Creadores (SNC). Adicionalmente se contaba con una escasa participación de alumnos en los proyectos de investigación, había ausencia de financiamiento externo para los proyectos y muy baja participación de los investigadores en redes académicas y científicas, así como en la actividad de difusión y publicación de los productos de investigación.

Cada Instituto o Dependencia de Educación Superior (DES) tuvo una evolución diferente. Por ejemplo, en el Instituto de Ciencias Económico Administrativas se considera que la investigación se originó formalmente con la creación del Centro de Investigación en Ciencias Administrativas donde confluían los procesos de investigación de las áreas de Administración y de Contaduría. Inicia también el proceso de definición de cuerpos académicos y de líneas de investigación en las áreas de Economía y Comercio Exterior, y la oferta de las licenciaturas de Turismo y Mercadotecnia en el año 2001 y 2003

respectivamente. Hasta llegar el instituto al año 2014 a contar con 7 licenciaturas y dos maestrías, la de Administración y la de Auditoría.

Un evento importante en la actividad de investigación en la Universidad y en todas las DES fue la aparición del Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP) 1996 – 2006 donde se definen los Cuerpos académicos y las líneas de generación y aplicación del conocimiento. Sin embargo, para el ICEA el inicio del proceso fue sumamente lento debido a que el profesorado debía atender a una de las matrículas mas altas de nivel licenciatura, (cerca a los 4000 estudiantes, en aquel momento), las ciencias económico administrativas no eran consideradas como prioritarias en el ofrecimiento de financiamiento externo, y se contaba con bajo número de profesores con perfil preferente.

Independientemente de las dificultades afrontadas por las diferentes áreas académicas, el día de hoy el ICEA cuenta con tres cuerpos académicos en nivel de Cuerpos Consolidados. Por su parte, el Instituto de Ciencias Agropecuarias (ICAP) en Santiago Tulantepec, Hidalgo se inicia en la investigación con la impartición del programa educativo de Ingeniería Agroindustrial, para posteriormente incrementar los programas de licenciatura y de posgrado. En el año 2000 crea el Centro de Investigaciones Forestales y el Centro de Investigaciones en Ciencia y Tecnología de los alimentos. A partir de ello se han definido cuerpos académicos, líneas de investigación e iniciado formalmente la generación de productos académicos de gran importancia. El día de hoy el ICAP cuenta con 6 cuerpos académicos, de los cuales 1 se encuentra en el nivel más alto de Consolidación, 3 en Consolidación y dos en formación.

El 3 de marzo de 1961 surge en la Universidad el área de Ciencias Básicas e Ingenierías con la carrera de Ingeniería Industrial. En 1974 se crea el Instituto de Ciencias Exactas en el cual nacen varias nuevas licenciaturas como Química, Sistemas Computacionales e Ingeniería Minero Metalúrgica, entre muchas otras. Los programas de posgrado inician en 1996 con la aparición de la Maestría en Ciencias Computacionales, la Maestría y el Doctorado en Química.

El ICE se transformó en Instituto de Ciencias Básicas e Ingenierías en el año 2000 y esta DES queda integrada con las siguientes áreas académicas: Área académica de Química, la de Biología, la de Ciencias Computacionales, la de Matemáticas, la de Ciencias de la Tierra, la de Materiales y Metalurgia y la de Ingeniería. Al día de hoy el instituto conforma el principal espacio de investigación en el UAEH, con un total de 22 cuerpos académicos, de los cuales se encuentran en el nivel más alto de consolidación 20 de ellos, 2 más en proceso de Consolidación y ninguno en formación.

El Instituto de Artes fue creado hasta el año 2002 ofreciendo 4 licenciaturas que son: Artes visuales, Danza, Música y Arte Dramático con una característica especial en su profesorado, muchos de ellos no cuentan con el nivel de licenciatura, sin embargo, son personas de reconocida trayectoria artística. Este instituto en la actualidad cuenta con dos cuerpos académicos, uno de ellos Consolidado y otro en Consolidación.

Los antecedentes de la investigación dentro del ICSHu (Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades), se remontan a la creación del Centro de Estudios de Población en 1982, y posteriormente en 1985 se crea el Centro de Investigaciones sobre el Estado de Hidalgo, primeros espacios de investigación en las ciencias sociales y humanidades de la UAEH.

Otro momento de cambio en este proceso lo constituye la creación del CEDICSO, Centro para el Desarrollo y la Investigación de las Ciencias Sociales, el cual alberga al área académica de Educación y al Centro de Investigación en Ciencias y Desarrollo de la Educación. Para el año 2014 el ICSHu cuenta con un total de 10 cuerpos académicos, de los cuales 6 están Consolidados, 2 se encuentran en Consolidación y 2 más en proceso de formación.

En relación a los antecedentes dentro del Instituto de Ciencias de la Salud, desde el año de 1996 se inician los primeros intentos de conformación de cuerpos académicos y definición de líneas de investigación, como consecuencia de la aparición del programa PROMEP. La creación de programas de posgrado y la formación de sus docentes, fue el inicio de una actividad fructífera que al día de hoy se ve conformada con un total de 8 cuerpos académicos de los cuales 2 de ellos se encuentran en el nivel de Consolidados, 5 en Consolidación y sólo uno en formación.

Cabe aclarar que dentro de todos los institutos y en las Escuelas Superiores se encuentran grupos de investigación que aún no han logrado su reconocimiento formal como cuerpos académicos. Algunos de ellos han realizado esfuerzos muy destacados para desarrollar esta actividad sustantiva. De acuerdo con el Anuario 2013, hay 32 grupos de investigación en ese año dentro de la UAEH.

Como puede observarse las condiciones de desarrollo de la investigación en las diferentes Dependencias de Educación Superior de la Universidad han sido muy diferentes. Esto aunado a las características de diferentes habilitaciones de los profesores que las conforman, la cantidad de matrícula que atienden y otras circunstancias, han llevado a que

las características organizacionales sean distintas o presenten variadas formas de llevarse a cabo.

Programa de Mejoramiento del Profesorado. PROMEP

A partir del surgimiento del Programa de Mejoramiento del Profesorado en 1996 (PROMEP), los profesores de tiempo completo con habilitación de maestría deben incorporar a sus funciones la Investigación, como una actividad que guarde equilibrio con el resto de las actividades que se realizarán dentro de las universidades públicas. Para ello, habrán de conformarse en Cuerpos académicos, que son grupos de profesores de tiempo completo que comparten una o varias líneas de Generación y aplicación innovadora del conocimiento, en temas disciplinares o multidisciplinares, así como un conjunto de objetivos y metas académicas comunes (SEP, sin fecha). Adicionalmente, sus integrantes atienden programas educativos en varios niveles para el cumplimiento cabal de las funciones institucionales.

Para la Secretaría de Educación Pública, los cuerpos académicos pueden encontrarse en tres niveles. El primero de ellos denominado Cuerpo Académico en Formación, Cuerpo Académico en Consolidación y Cuerpo Académico Consolidado. Cuyas características son las siguientes:

El Cuerpo Académico en Formación es aquel que tiene las siguientes características:

- Los profesores que lo integran tienen definidas las líneas de investigación que cultivan.

- Tiene proyectos de investigación desarrollados en forma conjunta por sus integrantes, dentro de dichas líneas.
- Tiene identificados a sus miembros integrantes.
- Ha identificado a otros cuerpos académicos afines y de alto nivel, de otras IES (Instituciones de Educación Superior) con quienes pueden establecer contactos.

El Cuerpo Académico en Consolidación presenta las siguientes características.

- Cuenta con productos académicos reconocidos por su buena calidad y se derivan del desarrollo de las líneas de investigación que cultivan.
- Sus integrantes participan conjuntamente en líneas bien definidas.
- Por lo menos la tercera parte de los profesores miembros del cuerpo cuentan amplia experiencia en la docencia y en la formación de recursos humanos.
- La mayoría de sus integrantes cuentan con reconocimiento al perfil deseable.
- Cuentan con evidencias objetivas respecto a su vida colegiada y de las acciones académicas entre los integrantes.

Finalmente, los Cuerpos Académicos Consolidados, son los que:

- Cuentan con productos académicos reconocidos por su buena calidad, derivados de líneas de investigación consolidadas.
- Los profesores integrantes cuentan con amplia experiencia en docencia y en la formación de recursos humanos.

- La mayoría de sus miembros cuenta con reconocimiento a perfil deseable, tienen alto compromiso con la institución, colaboran entre sí y su producción es evidencia de ello.

En el año 2014, la Universidad cuenta con un total de 51 Cuerpos Académicos, de los cuales: 33 (65%) de ellos se encuentran en nivel de Consolidación, 13 se encuentran “en Consolidación” (25%) y 5 de ellos se encuentran en nivel de formación (10%). Esta característica permite a la UAEH ubicarse en el primer lugar nacional por su alta proporción en cuerpos consolidados.

La gran mayoría de los cuerpos académicos se ubican dentro del Instituto de Ciencias Básicas e Ingeniería (43%).

El trabajo de los cuerpos académicos es diverso, son varios los indicadores que reflejan el resultado de los esfuerzos realizados por los profesores integrantes de dichos cuerpos colegiados. Para este trabajo se consideran productos académicos los siguientes: las conferencias nacionales o internacionales, los proyectos de investigación en proceso y terminados, los artículos arbitrados y sin arbitraje, las publicaciones en memorias, los libros y capítulos de libros, las tesis en proceso y terminadas, las estancias académico científicas, la participación en congresos, la participación como revisores de revistas indexadas y como evaluadores del Conacyt y los premios y distinciones recibidas por los integrantes.

Una forma, seguramente muy general de analizar los resultados de los Profesores que integran los cuerpos académicos es a través de la determinación del número promedio de productos académicos que se obtienen en las diferentes Dependencias de Educación

Superior, por Profesor de tiempo completo que tiene nivel de posgrado, en dos momentos del tiempo, para poder darnos una idea de si su producción va aumentando al paso del tiempo.

A continuación se presenta el número total de productos que obtiene cada instituto y se relaciona con el número de Profesores de tiempo completo de dicha Dependencia, este dato se presenta para el año 2010 y para el 2013. El objetivo es determinar el número de productos que en promedio realiza cada año un profesor de cada instituto de la Universidad.

Producción académica en el año 2010 en la UAEH

INSTITUTO	PRODUCTOS ACADÉMICOS	NÚM. DE PROFESORES DE TIEMPO COMPLETO CON POSGRADO	PROMEDIO DE PRODUCTOS POR PTC
Ciencias Básicas e Ingenierías	1,319	219	6.0
Ciencias Económico Administrativas	300	63	4.7
Ciencias de la Salud	612	128	4.7
Ciencias Sociales y Humanidades	651	99	6.5
Ciencias Agropecuarias	351	70	5.0
Artes	80	19	4.2

Escuelas Superiores	409	75	5.4
Total	3,722	673	5.5

Fuente: Elaboración de las autoras a partir de la información del Anuario 2010. UAEH

Producción académica en el año 2013 en la UAEH

INSTITUTO	PRODUCTOS ACADÉMICOS	NÚM. DE PROFESORES DE TIEMPO COMPLETO CON POSGRADO	PROMEDIO DE PRODUCTOS POR PTC
Ciencias Básicas e Ingenierías	1,392	199	6.9
Ciencias Económico Administrativas	254	56	4.5
Ciencias de la Salud	542	114	4.7
Ciencias Sociales y Humanidades	889	103	8.6
Ciencias Agropecuarias	213	53	4.0
Artes	48	18	2.6
Escuelas Superiores	141	47	3
Total	3722	590	6.3

Fuente: Elaboración de las autoras a partir de la información del Anuario 2013. UAEH.

Como puede observarse ha existido un ligero incremento en la producción promedio individual, hablando en forma general. Sin embargo, el caso específico de los

investigadores del Instituto de Ciencias Económico Administrativas ha disminuido ligeramente de 4.7 a 4.5 productos por investigador, mientras otros institutos han crecido en un producto o hasta dos más por investigador. (Caso del ICBI e ICSHu respectivamente).

Es preciso hacer la aclaración que existen profesores en cada DES que no están realizando investigación y que hacen que los números presentados pudieran no ser representativos, sin embargo, esa circunstancia estaría presente en todas las dependencias. No obstante, puede ser útil el dato como una forma inicial de comparar la productividad de los profesores de los diferentes institutos.

En el Caso del ICBI, se encuentra el resultado más alto por investigador, lo cual puede ser complementado con información relacionada con la baja matrícula que atiende cada profesor investigador. En términos generales no hay gran diferencia entre los institutos, a excepción del Instituto de Artes el cual presenta una naturaleza distinta. El resto de los institutos tiene una producción promedio entre 5 y 7 productos por persona de tiempo completo que tiene estudios de posgrado.

El caso del ICEA

Dentro del Instituto de Ciencias Económico Administrativas hay 3 Cuerpos Académicos que son:

CLAVECUERPO ACADÉ

	ESTADO	INTEGRANTES	LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN
ADMINISTRACIÓN	Consolidado	4	2
CONTADURÍA	Consolidado	6	1
ECONOMÍA	Consolidado	4	1

El Cuerpo Académico de Administración se encuentra integrado de la siguiente forma:

N o.	GRADO	NOMBRE DEL PTC	PLANTILLA	PERFIL PROMEP	SN	LGAC QUE CULTIVA	PROGRAMAS QUE FORTALECE
1	Dr.	ESTRADA BÁRCENAS ROBERTO	SI	SI	SI	Sistemas de organización social y la medición de su efectividad	Maestría en Administración
2	Dr.	MARTÍN A. HERNÁNDEZ CALZADA	SI	SI	SI	Gestión del Factor Humano y Sistemas de organización y la medición de	Licenciatura en Administración y Maestría en

						su efectividad	Administración
3	Dra.	JESSICA MENDOZA MOHENO	SI	SI	SI	Gestión del Factor Humano y Sistemas de organización y la medición de su efectividad	Licenciatura en Administración y Maestría en Administración
4	Mtra.	BLANCA CECILIA SALAZAR HERNÁNDEZ	SI			Gestión del Factor Humano y Sists. de organización y la medición de su efectividad	

Fuente: UAEH. Área Promep, 2014

El Cuerpo Académico de Contaduría se encuentra integrado de la siguiente forma:

N.º	GRADO	NOMBRE DEL PTC	PLANTILLA	PERFIL PROMEP	SN	LGAC QUE CULTIVA	PROGRAMAS QUE FORTALECE
1	Dr.	Sergio	SI			Sistemas de	Licenciatura en

		Demetrio Polo Jiménez				Información Financiera	Contaduría y Maestría en Auditoría
2	Dra.	Ruth Leticia Hidalgo Gallardo	SI	SI	SI	Sistemas de Información Financiera	Licenciatura en Contaduría, Maestría en Auditoría y en Administración
3	Mtra.	Martha Jiménez Alvarado	SI	SI		Sistemas de Información Financiera	Licenciatura en Contaduría y en Administración
4	Mtra.	Teresa de Jesús Vargas Vega	SI	SI		Sistemas de Información Financiera	Licenciatura en Contaduría
5.	Mtro.	Eleazar Villegas González	SI			Sistemas de Información Financiera	

Fuente: Elaboración de las autoras a partir de UAEH. Área Promep, 2014

El Cuerpo Académico de Economía está integrado de la siguiente forma:

N o.	GRAD O	NOMBR E DEL PTC	PLANTIL LA	PERFIL PROME P	SN I	LGAC QUE CULTIVA	PROGRAM AS QUE FORTALEC E
1	Dr.	Zeus Hernández Valeros	SI	SI	SI	Macroecono mía del crecimiento, de los ciclos económicos y Estrategias para el desarrollo	Licenciatura en Economía
2	Dr.	Aníbal terrones Cordero	SI	SI	SI	Macroecono mía del crecimiento, de los ciclos económicos y Estrategias para el desarrollo	Licenciatura en Economía
3	Dr.	Juan Roberto	SI	SI		Macroecono mía del	Licenciatura en

		Vargas Sánchez				crecimiento, de los ciclos económicos y Estrategias para el desarrollo	Economía
4	Dr.	Daniel Velázquez Orihuela	SI	SI	SI	Macroecono mía del crecimiento, de los ciclos económicos y Estrategias para el desarrollo	Licenciatura en Economía

Fuente: UAEH. Área Promep, 2014

Como puede visualizarse en las tablas anteriores, aún cuando en la estadística presentada, el ICEA tiene cerca de 56 profesores de tiempo completo, sólo 13 de sus investigadores están dentro de un cuerpo académico reconocido, restando un total de 43 personas, de las cuales algunas de ellas no han realizado ni tienen interés en participar en la investigación.

Es sumamente arriesgado hablar de que pudiera existir una forma administrativa que fuera útil para todas las DES de la Universidad, principalmente cuando se desconoce de cerca la operación de cada una de ellas. Sin embargo, al formar parte del Instituto de Ciencias

Económico Administrativas, se pueden identificar aspectos comunes para sus miembros respecto a las características en las cuales se organiza y se desarrolla la actividad de la investigación.

Al preguntarnos qué factores afectan los resultados de la investigación en los institutos, la respuesta puede ser completamente variada, sin embargo, habría algunos completamente comunes entre esas respuestas. Por ejemplo, la queja generalizada al menos en el ICEA, de la gran cantidad de tiempo que distraen las actividades de gestión para lograr productos de alta calidad científica.

Se reconoce plenamente que las instituciones de educación superior tienen un compromiso ineludible con toda la sociedad, y que ello requiere personal que atienda correctamente todas sus funciones. Sin embargo, pudiera existir una mejor distribución de dichas actividades entre los participantes de toda la organización, ya que como se ha señalado algunos de ellos no realizan investigación y no cuentan con el interés suficiente para ello.

Un producto científico de calidad requiere tiempo de generación, de maduración, de redacción, etc. y debiera aprovecharse todo el potencial del personal que cuenta con la habilitación necesaria para poder realizarlos, reorganizando algunos aspectos que se presentan en la actualidad.

Actualmente los profesores investigadores del ICEA en particular deben cumplir con las siguientes actividades: Generar productos científicos o académicos de calidad, elaborar participar o encabezar proyectos de investigación, deben cumplir con una carga mínima de

dos asignaturas, las cuales pueden representarle un total de mas de 10 horas a la semana, deberán cumplir con dar Tutoría individual hasta de 30 alumnos, ser director de una o dos tesis de grado tanto de maestría como de licenciatura, participar en la organización de eventos académicos, participar en los procesos de acreditación y re acreditación de programas educativos, participar como Coordinador de alguna función como la coordinación de un programa educativo, la coordinación de Tutorías, fungir como líder de cuerpo académico, desarrollar estudios de factibilidad y pertinencia, elaborar documentos de diseño o rediseño de programas educativos, realizar trámites para el ejercicio y comprobación de recursos financieros, dar asesoría a los alumnos que lo soliciten, fungir como miembro de jurado de exámenes de grado, de oposición, de selección, convocar y/o asistir a reuniones de academia, capturar programas de asignatura en el Sistema SAPE o Syllabus, presentar informes a muy diferentes instancias, realizar adquisiciones de algunos insumos directamente, entre otras actividades. Todas ellas, bajo un control estricto de registro de asistencias a través de un reloj chocador, que no admite tolerancia alguna, entre otras.

Del listado anterior puede desprenderse que, algunas de las actividades mencionadas son acciones que sólo un investigador con muy alta habilitación puede realizar, y otras, son acciones que puede realizar una persona con sólo preparación técnica o básica. Es por ello, que se sugieren algunos lineamientos que pudieran ser útiles para mejorar la cantidad y calidad de los productos académicos y científicos, de forma en que el ICEA pueda destacarse en la función de Investigación.

Propuesta:

1. Eliminar la obligación de registrar asistencias a los profesores investigadores cuando reúnan dos requisitos:

- a) Estar registrados en un Cuerpo Consolidado; y
- b) Contar con la membresía del Sistema Nacional de Investigadores.

Esta característica se otorgaría a los investigadores mientras conserven ambos requisitos. En este momento los investigadores que reúnen esas características son: 7 de los 56 que tienen posgrado en el instituto. (12.5%). Esto sería un motivador para los miembros de cualquier cuerpo académico en formación o en consolidación, inclusive para miembros de grupos de investigación.

2. Todo investigador deberá impartir docencia en un máximo de dos materias, si pertenece a un cuerpo consolidado. En caso de no realizar investigación podría ser mayor su carga.

3. Investigadores miembros de un Cuerpo académico consolidado NO encabezarán proyectos de gestión, sólo serán participantes de dichos procesos. Este lineamiento excluiría de dichas actividades sólo a 13 PTC"s del ICEA, y les permitiría mantener sus niveles de consolidación, reconocimientos Promep, membresías en el Sistema Nacional de Investigadores y participar en el estímulo docente.

4. Los PTC"s con estudios de posgrado que no pertenecen a cuerpos consolidados o que no realicen investigación (43 personas), tendrían bajo su cargo las coordinaciones de programas educativos o actividades de gestión como tutorías, acreditaciones, planeación, ejercicio y comprobación de gastos, diseños o rediseños de programas, estudios de pertinencia, sistemas syllabus, etc. todo ello con el apoyo del resto de profesores de tiempo completo y de personal con conocimientos técnicos o alumnos de servicio social o prácticas profesionales.

5. Se limite la participación de investigadores en Tutorías de acuerdo a lo siguiente:

- a) PTC"s de cuerpos consolidados con nivel SNI, un máximo de 10 alumnos,
- b) PTC"s de cuerpos académicos consolidados fuera del SNI, un máximo de 15 alumnos.
- c) PTC"s restantes hasta un máximo de 20 alumnos.

6. Promover la participación de alumnos para que realicen su servicio social dentro del Instituto para la realización de actividades de gestión bajo la dirección de un PTC que no sea investigador de un cuerpo académico reconocido. Entre estas actividades se pueden considerar las siguientes:

- a) Captura de programas ante el SAPE o Syllabus.
- b) Conformación de carpetas de evidencias para las acreditaciones
- c) Trabajo de campo de estudios de pertinencia y factibilidad
- d) Trâmites administrativos de entrega de documentación ante otras dependências.
- e) Trâmites de avances de recursos financieros y de comprobación de los mismos.
- f) Elaboración de oficios, escaneo y copia de documentos, etc.

Conclusión.

La Universidad no debiera pagar sueldos de nivel de investigador por la realización de actividades como: trámites administrativos, sacar copias o escanear documentos, por aplicar una encuesta, por llenar formatos, subir información de un documento a un sistema de información, etc. Ello implica un costo denominado sobre salarios, ya que para ello puede tener personal de menor calificación.

Las actividades de gestión son fundamentales en la operación de cualquier institución, pero algunas de ellas podrían ser desarrolladas por el personal que no investiga, o por alumnos que realizan sus prácticas profesionales o su servicio social.

Si se desea que un profesor investigue con calidad éste debe disponer del tiempo que ello implica y no realizar productos sólo por cumplir con indicadores.

Referencias.

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (1989). Reglamento de Investigación. (En línea)

http://www.uaeh.edu.mx/adminyserv/dir_generales/juridica/pdf/20Reglamento%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf

Secretaría de Educación Pública. (Sin fecha) Conceptos básicos sobre Cuerpos académicos (en línea) <http://promep.sep.gob.mx/ca1/Conceptos2.html>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (2011). Anuario Estadístico 2010

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (2014). Anuario Estadístico 2013

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, (2014). Estadística de Cuerpos académicos. (En línea) Disponible en <http://promep.uaeh.edu.mx/promep/cuerpo.html>

La Educación Financiera utilizada como factor de competitividad aplicada al capital humano

Flor de María Mendoza Austria

*Instituto de Ciencias Económico Administrativas
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
flormaustria@hotmail.com
7172000 ext. 4131*

Margarita González Cano

*Instituto de Ciencias Económico Administrativas
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
mgcano@hotmail.com
7172000 ext. 4131*

Resumen:

El nuevo reto y oportunidad que tienen las empresas para lograr su permanencia en una economía globalizada, es estudiar los nuevos factores y estrategias que le permitan estar en competitividad entre ellas; una expectativa dentro de lo económico financiero en la actualidad es contar con capital humano con un paradigma capaz de afrontar los cambios estructurales de la organización. La entidad económica para mantenerse en un mercado local hasta el internacional, debe considerar como factor primordial la educación financiera aplicada a su personal, con la finalidad de un mejor desarrollo, crecimiento y permanencia en un entorno tan competitivo. El presente trabajo se realiza de forma documental donde el capital humano y la educación financiera son los elementos básicos para una buena toma de decisiones que permita condiciones de crecimiento las empresas.

Palabras clave: educación financiera, capital humano, competitividad.

Abstract

The new challenge and opportunity for companies to achieve permanence in a globalized economy, is studying new factors and strategies that allow them to be in competition between; an expectation in financial economics today is to have a human capital paradigm capable of dealing with structural changes in the organization. The economic entity to stay in a local market to international, should be considered as a primary factor applied financial education to its staff in order to better development, growth and retention in a competitive environment. This work is done documentary where human capital and financial education are the basic elements of good decision making that allows companies growing conditions.

KEYWORDS: financial education, human capital, competitiveness.

Introducción

Hoy día hablar de una economía globalizada, da como resultado que las empresas se comprometan a buscar elementos estratégicos que les permita lograr una competitividad eficiente y eficaz dentro de los cambios que se presentan en nuestros días, por ello el capital humano es un factor esencial capaz de afrontarlos y la educación financiera una herramienta de competencia.

De acuerdo a Alhama(2009), comenta que el elemento humano dentro de las organizaciones tiene que realizar un cambio paradigmático para sobrevivir en el mundo y en la sociedad en la que se desarrolla. Pero sobre todo tomar decisiones que le permita en su vida personal y laboral sobrevivir un ambiente tan cambiante.

El presente trabajo es de forma documental, con el objetivo de dar a conocer aspectos generales sobre capital humano, educación financiera, considerarlos como elementos de competitividad. El problema de investigación se genera a partir de que día a día ciertos factores tradicionales de éxito ya no son aplicables a las nuevas exigencias de la economía global, las empresas deben cambiar su prototipo con la finalidad mejorar aspectos de competencia como son: nueva tecnología, comunicación, innovación, pero sobre todo el factor de capacitación.

En la actualidad las finanzas es una estrategia de competitividad, hablar sobre aspectos financieros permitirá a los individuos tomar decisiones de forma personal y laboral, beneficiando a la entidad en la permanencia en un mercado local, nacional e internacional. Elegir nuevas herramientas que fortalezcan las actividades cotidianas de la empresa, le permitirá enfrentarse a cambios en cualquier ambiente económico, político, cultural y social.

Desarrollo

El problema de las empresas en México es diverso, en los últimos años los cambios en política y reformas estructurales como la energética, económica, tributario, y de telecomunicaciones entre otros temas, son trascendentales para el país; pero a las entidades económicas les afecta en su permanencia en el mercado, por ello deben tomar medidas precisas con el fin de mantenerse día con día; así también es importante contar con una cultura empresarial que les permita renovar aspectos de competitividad como es la capacitación y actualización en el área financiera de los empleados y trabajadores, ya que la falta de experiencia, el desconocimiento en la educación financiera o fuentes de

financiamiento, generan una incertidumbre que provoca en las organizaciones ser ineficientes y menos competitivos ante una situación globalizante.

Hoy día hablar de economía financiera, plantea que las empresas cambien sus estrategias de competencia, con el fin de propiciar la capacidad para crear y mantener un ambiente para la inversión y los negocios, apoyar al país y mantener el ranking que el Instituto Internacional para el Desarrollo Administrativo (IMD, por sus siglas en inglés) consideran en aspectos de competitividad.

Un elemento esencial dentro de la organización es el recurso humano, factor determinante para que la empresa afronte los cambios generados por un mercado globalizado, cambiar el paradigma del capital humano, permitirá acciones para cubrir una parte de la competitividad, una medida es contar con un programa de capacitación continua, que aborde temas de educación financiera; con esta idea es importante ver los beneficios de incluir en la empresa un programa de capacitación con temas financieros que impacten como factor de competitividad.

El dilema al que se enfrentan las organizaciones empresariales con relación aspectos financieros, se observa el desconocimiento en el manejo de información, ocasionando que no se aprovechen los recursos en su totalidad aquellos que ofrece el gobierno federal y estatal, así también las instituciones bancarias, conocer y aprovechar los beneficios con el fin es obtener, manejar, así como aplicar los recursos y generar riqueza.

Día con día las empresas tiene que resistir los cambios drásticos de la competitividad, uno de ellos las cuestiones financieras, con el fin de mantenerse posesionadas en un mercado;

Por lo anterior el presente trabajo se analizan conceptos relacionados con el factor humano y la educación financiera, y ver cuales son las ventajas y desventajas de los mismos.

Conceptos de factor humano

En la actualidad las organizaciones deben transformar su cultura organizacional en función de los constantes movimientos de la economía nacional, por consiguiente cambiar el paradigma del capital humano, con la finalidad de entender el medio económico en el que están inmersos. Así como evoluciona la tecnología, las comunicaciones, las finanzas también los patronos, dueños, empleados y trabajadores deben hacerlo.

Alhama (2009) comenta el concepto de factor humano en nuestros días se ha modificado de acuerdo a los cambios económico-administrativos que realizan las empresas, donde el perfil del trabajador esta evolucionando; la nueva era de las empresas consideran que debe ser una persona honesta, confiable, creativa, innovadora, fiel, que trabaje en equipo, con alto nivel de autoestima y motivación, que viva las transformaciones y cambios de la empresa como una oportunidad de realización, por lo anterior es necesario un replanteamiento en el trato y concepto de las personas, así como el de la organización.

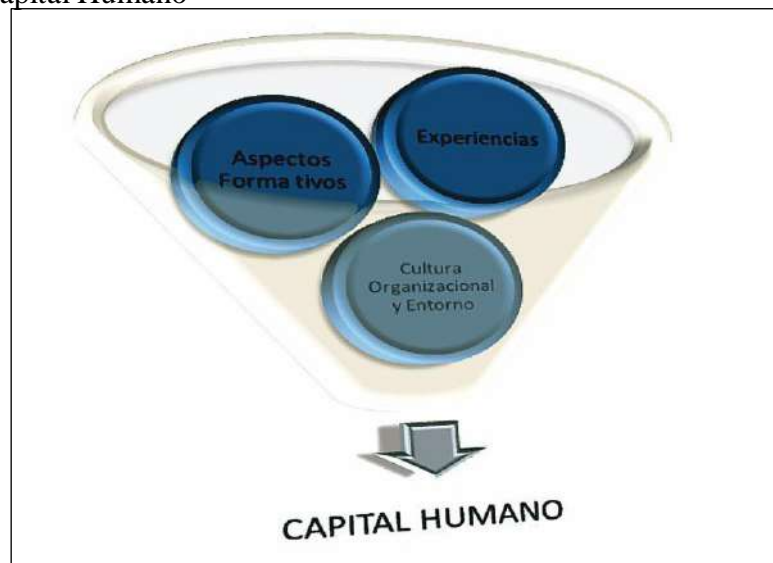
El término actual de Capital Humano sea definido por más de cuatro décadas según Becker (1975) el conocimiento y las habilidades que forman parte de las personas, su salud y la calidad de sus hábitos de trabajo es el aprovechamiento al máximo del aporte humano, que como activo intangible se le asigna un valor y se considera como parte del Capital. Pero, el progreso tecnológico sostenido, y la necesidad de potenciar la Innovación, resaltan en la

última década en primer lugar la necesaria inversión en dar conocimientos, formación e información a las personas, para que esto se revierta a su vez en más innovación.

Para una mejor comprensión de los empresarios, y sin entrar en otros aspectos conceptuales, y con el fin de aportar a la organización es necesario adaptarse a los cambios, darle el peso necesario a su personal y a las formas organizativas que favorecen la competitividad a través de la iniciativa y aprendizaje.

Tinoco B. C. E., & Soler M. S. (2011), señalan el capital humano en el entorno económico actual es un elemento primordial y motor en las empresas, por lo tanto debe de clarificarse, a partir de los enfoques valorativos de los intangibles; la postura del personal debe ir a la par con los cambios tecnológicos que se esta utilizando en la entidad. El trabajo del factor humano se convierte en capital.

Figura 1. Capital Humano



Fuente: Tinoco B. C. E. y Soler M. S. M. (2011)

La figura 1 demuestra los aspectos que el personal debe poseer con el fin de identificarse con la estructura organizacional.

Sison(2002), dice para un mayor rendimiento de trabajo, una herramienta es la gestión del capital humano. Entendiéndose como “capital” el recurso productivo acumulable del que se puede obtener rendimientos económicos a futuro.

Concepto de educación financiera

Los cambios estructurales en nuestro país han ocasionado que las organizaciones económicas se vean afectadas en su desempeño organizacional y financiero, por ello es necesario hacer transformaciones en su estructura para seguir generando competitividad y enfrentar un entorno económico globalizado; un factor a considerar es la educación financiera, herramienta que permitiría un cambio de paradigma en el capital humano, conocería las fuentes de información financiera, capacidad para entenderlas y aplicarlas con conocimientos y forma de controlar las finanzas de la empresa, personales y sociales.

Iniciaremos con la terminología financiera de Tostado (2005) las finanzas significan pagar o finiquitar una deuda; deriva de la raíz latina “finis”, que representa el fin o terminación. Este concepto nos permite hacer referencia a todo lo que se paga y como se obtiene el dinero para liquidar una cuenta. Las finanzas constituyen una disciplina intelectual que se basa en tres pilares: el valor del dinero en el tiempo, la valuación y la administración del tiempo.

Tostado (2005), las finanzas como parte de la economía se encargan del estudio de los mercados de dinero y capitales, de las instituciones y participantes que en ellos intervienen, así como las políticas y de capitalización de recursos y distribución de resultados, el estudio del valor temporal del dinero, la teoría del interés y el costo de capital.

Para un mejor estudio las finanzas se clasifican:

Finanzas Públicas: Son aquellas que constituyen la materia que comprende todos los aspectos económicos del ente público y que se traduce en la actividad tendiente a la obtención, manejo y aplicación de los recursos con que cuenta el Estado para la realización de sus actividades y que efectúa para la consecución de sus fines.

Finanzas Empresariales: Comprenden todos los aspectos económicos de la empresa y que se traduce en la actividad tendiente a la obtención, manejo y aplicación de los recursos con que cuenta la empresa con la finalidad de maximizar cada vez más sus recursos y así generar cada vez más riqueza.

Finanzas Personales: Las finanzas personales comprenden el patrimonio de un individuo, es decir todos sus bienes económicos y como individuo al igual que las empresas y gobierno tiene la necesidad de buscar la manera de obtener, manejar y aplicar esos bienes para lograr cada vez más una estabilidad y maximizar sus recursos.

Por lo anterior es conveniente que las empresas consideren y en su caso cuenten con un área funcional de finanzas, con el objeto de obtener ingresos que cubran sus necesidades, y

maximizarlas utilidades. Es importante conocer la situación actual de la empresa y su tamaño, con el fin de establecer las funciones del área de finanzas.

Contar con un programa sobre Educación Financiera beneficiará a empleados y dueños y que les brindará un panorama general sobre este tema.

Para cada persona la educación financiera apoyaría su economía, mejorando su calidad de vida, la construcción de un futuro con la administración de recursos, el mejor uso de los productos y servicios financieros, por consecuencia se beneficiarían la empresa y el país. Contando con un programa financiero los usuarios tendrían los elementos para un mejor crecimiento personal, familiar y empresarial.

Para algunos autores la educación financiera la describen desde el punto de vista económico, y lo relacionan con las riquezas que posee cada uno de los individuos; otros opinan que varía de acuerdo al tiempo y circunstancias. El economista Adam Smith (1776), quien publicó “La Riqueza de las Naciones”, menciona el concepto de riqueza centrado en el valor de uso y el valor de cambio que tienen las cosas, se refiere: “la suma total de los valores en cambio de los bienes en poder de los individuos o de una nación”.

En estudios realizados por Rubio Bañon y Aragón Sánchez (2002) comentan que los efectos de las investigaciones dan por resultado el efecto industria y el efecto empresa; donde ésta última tiene mayor primacía sobre la primera, así también consideran que los sectores en las que se distribuyen las empresas, y los tamaños de las mismas, generan a las PyMes, quienes son las que más contribuyen a la economía de los países generando empleos y apoyando el progreso social.

Tabla. Número 1 Clasificación de empresas en México.

SECTOR	MICRO EMPRESA			PEQUEÑA EMPRESA			MEDIANA EMPRESA		
	Person al	Rang o de venta anual (mdp)	T.M .C*	Persona l	Rango de venta anual (mdp)	T.M .C*	Perso nal	Rango de venta anual (mdp)	T.M .C*
Industria	0-10	Hasta \$4	4.6	11-50	De \$4.01 hasta \$100	95	51-250	De \$100.1 hasta \$250	250
Comercio	0-10	Hasta \$4	4.6	11-30	De \$4.01 hasta \$100	93	31-100	De \$100.1 hasta \$250	235
Servicio	0-10	Hasta \$4	4.6	11-50	De \$4.01 hasta \$100	95	51-100	De \$100.1 hasta \$250	235

Fuente: Diario Oficial de la Federación 30 junio 2009

*T.M.C (Tope máximo combinado)= Trabajadores) x 10% + (Ventas Anuales) x 90.(mdp)= millones de pesos

La tabla 1 representa el tipo de empresa representada por su capital y número de personas que lo integran y se distribuyen en micro, pequeña, mediana y grande, según INEGI (2009). Considerando que México su economía global depende de las organizaciones económicas, es importante que como factor de competitividad se maneje la educación financiera.

La Comisión de Educación Financiera de Estados Unidos (2006, p. v.), menciona que “facilitar la información y los conocimientos, ayuda a desarrollar las habilidades necesarias para evaluar las opciones y tomar las mejores decisiones financieras”.

Para el proceso de la educación financiera de acuerdo a Financial Services Authority, comenta “la capacidad para administrar el dinero, dar seguimiento a las finanzas, planear para el futuro incierto, elegir entre varios productos financieros y estar informado día con día”.

De acuerdo al comentario del World Economic Forum y del International Institute for Management Development, manifiesta que la superación radica en crear una serie de condiciones microeconómicas de un entorno en el cual las organizaciones puedan competir con éxito. Por tanto, mientras que en la teoría económica tradicional, la riqueza de las naciones se basaba en la dotación de factores, hoy día en la economía moderna, son las elecciones estratégicas las que conforma un mercado competitivo de un país, por consiguiente la educación financiera es una estrategia.

Es importante analizar el tema de educación financiera para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, Paris, 2005, p. 13.), lo define como “El proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones seguras es necesario la información, evaluar riesgos, oportunidades financieras, y mejorar su bienestar”.

Para Bansefi, la educación financiera es un proceso de desarrollo de habilidades y actitudes que mediante el conocimiento de información, planeación y administración de herramientas básicas, permite a los individuos tomar decisiones individuales y sociales de carácter económico, permitiendo utilizar productos y servicios financieros para mejorar su calidad de vida bajo condiciones de seguridad.

En la actualidad la educación financiera en México es deficiente, en virtud de que existen lagunas de conocimientos, planeación y organización en aspectos financieros, es tarea urgente y necesaria que los empresarios involucren al personal. Ya que desconocimiento trae una serie de consecuencias adversas para los individuos como la falta de ahorro para el futuro, endeudamiento excesivo con créditos y mal uso de tarjetas, el uso improductivo de las remesas y la poca claridad sobre los beneficios que ofrece la inversión en actividades productivas, la adquisición de activos, o en su caso la educación de los hijos. También debemos considerar la escasa falta de información del sistema financiero, del manejo y uso de esta estrategia.

Por último los beneficios que ofrece la educación financiera son variados; desde el plano individual mismo que proporciona las herramientas necesarias, permitiendo la toma de decisiones adecuadas que repercuten en la economía personal, familiar, empresarial y nacional; en la que se vea favorecida, para de esta forma el futuro no sea incierto y que la economía nacional se vea beneficiada.

Conclusión

En toda organización es conveniente estar al día, conocer e involucrarse con los cambios que se generen por las políticas económicas del país, la competitividad es un factor básico para la globalización, por ello es necesario tener estrategias y herramientas de trabajo que permitan a la empresa salir adelante, una medida es la educación financiera, que permite al recurso humano una oportunidad de enfrentar situaciones y tomar la mejor decisión con beneficio personal, familiar, empresarial y nacional.

La ignorancia en aspectos financieros en la actualidad ocasiona a las personas el excesivo endeudamiento con Instituciones Bancarias, así como el desconocimiento de que son Sociedades de Información Crediticia, Afores, Aseguradoras, Sistema de Ahorro y Crédito popular, Sociedades Financieras y Sector Bursátil, entre otros; lo anterior permite sugerir que como estrategia para la competitividad las empresas debe elaborar un programa sobre Educación Financiera para impartirlo a los recursos humanos de su entidad económica.

Las finanzas en la vida personal y empresarial son de vital importancia ya que permite involucrarse en aspectos económicos que benefician la toma de decisiones, sobre todo en la actualidad debido a los riesgos e incertidumbres que se vive en los mercados financieros. Contar con una estrategia que permita la preparación, información y experiencia del

personal de la empresa a través de un Programa de Educación Financiera se mejoraría la competitividad en la organización.

Referencias bibliográficas

Alhama B.R. &García B. J. P. (2005) Organizaciones en Aprendizaje y Gestión del Conocimiento. Editorial de las Ciencias Sociales, la Habana, Cuba.

Alhama B.R. (2009).Capital humano. Concepto e instrumentación. Editorial de las Ciencias Sociales, la Habana, Cuba.

BacCredomaticNetword (2008). Libro Maestro de Educación Financiera “Un sistema para vivir mejor”. Innova Technology, S. A.

Becker, G. (1975), Human Capital. Colombia University Press, Nueva York.

Boza, M., Pérez, R. (1996), (compiladores), Seguridad jurídica y competitividad. Caracas: Ediciones IESA.

Rubio, B. A., & Aragón, S. A. (2002) Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la pyme.Universidad de Murcia Cuadernos de GestiónVol. 2. N.º 1

Sison, A.J. (2002) “Nueva economía productividad y capital humano” Revista Empresa y Humanismo, Vol.V nº 1/02, pp. 138-148

Tinoco, B. C. E. & Soler, M. S. M. (2011) Aspectos generales del concepto del “capital humano” Criterio Libre, 9(14) 203-226 Bogotá, Colombia

ELECTRÓNICAS

<http://www.bansefi.gob.mx/EDUFINANCIERA/Paginas/queeslaeducacion.aspx>

<http://www.cyta.com.ar/ta1102/v11n2a2.htm>

<http://www.fsa.gov.uk/financiamiento/financiamiento/index.shtml>

<http://www3.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/20#page=accesspolicy&tab=study-desc>

**Cumplimiento Del Código De Mejores Prácticas Corporativas De Empresas Del
Servicios Y Bienes De Consumo No Básicos Que Cotizan En La Bolsa Mexicana De
Valores (2010-2012)**

Dr. Sergio Demetrio Polo Jiménez

*Profesor Investigador del Área Académica de Contaduría, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México; Circuito la Concepción Km. 2.5 San Juan Tilcuautla, Hgo. 42161; correo electrónico: sjimenez221266@yahoo.com.mx
Tfno: 00527717172000 Ext. 4130 Cel. 044 771 72 98 800*

P.L.C. .C. Erika Selene Vargas Moreno

*Instituto de Ciencias Económico Administrativas
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Lic. En Contaduría, correo electrónico: kika9121@hotmail.com*

Mra. Graciela Muñoz Arteaga

*Profesor del Área Académica de Contaduría, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México; Circuito la Concepción Km. 2.5 San Juan Tilcuautla, Hgo. 42161; correo electrónico: arteagagraciela03@yahoo.com.mx
Tfno: 00527717172000 Ext. 4130 Cel. 044 771 72 98 800*

Resumen

El objetivo de nuestro trabajo, es conocer a través de análisis descriptivos, el cumplimiento de lo dispuesto en el Código de Mejores Prácticas Corporativas (CMPC) en México, en una muestra de empresas dedicadas al sector Servicios y Bienes de consumo no básicos listadas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) en el periodo 2010-2012. Los resultados descriptivos por tamaño, demuestran que las empresas grandes (medido por el total de activos al 31 de diciembre de cada año), son las que más se apegan al cumplimiento exigido por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). Respecto a la rentabilidad empresarial, las compañías más rentables son las que cumplen de mejor manera en las cinco dimensiones de CMPC.

Palabras clave: Código de Mejores Prácticas Corporativas, Rentabilidad y Bolsa Mexicana de Valores.

Introducción

La competitividad de las organizaciones es un elemento básico para la conservación de la inversión, fuentes de empleo y del trabajo de los terceros interesados, por lo que se requieren herramientas modernas para hacer frente a los retos que cotidianamente enfrentan los entes económicos. Esto causa, que el Consejo de Administración de una organización, deba atender con mayor intensidad su adecuado desempeño, utilizando, entre otros elementos, las mejores prácticas corporativas.

Como iniciativa del Consejo Coordinador Empresarial se constituyó el Comité de Mejores Prácticas Corporativas quien emitió el Código de Mejores Prácticas donde se establecen recomendaciones para un mejor gobierno corporativo de las organizaciones OCED (2005).

En la actualidad el establecimiento de lineamientos para regir al Gobierno Corporativo de las empresas a nivel mundial, tiene como objetivo regular su funcionamiento y dirección, sin embargo existen aspectos que repercuten en el cumplimiento de los Códigos reguladores, por lo que estos factores influyen en la transparencia y calidad de la información.

En México, el Gobierno Corporativo (GO), cobra mayor importancia entre las empresas económicamente activas, ya que dicha evolución está ligada a la necesidad de contar con altos niveles de confianza indispensables para la actividad financiera de este país y así a

través de la aplicación del Código de Mejores Prácticas Corporativas como herramienta, se pretende buscar el logro del buen gobierno dentro de las organizaciones.

De forma específica en México es aplicable el Código de Mejores Prácticas Corporativas a partir del año de 1999, cuya finalidad es hacer más eficiente la administración de las empresas, difundiendo información de forma oportuna y transparente, que desde el 2010 se convirtió como requisito obligatorio para poder cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores.

El objetivo del presente trabajo de investigación, es analizar el grado de cumplimiento del Código de Mejores Prácticas Corporativas, de las empresas mexicanas del sector servicios y bienes de consumo, cotizadas en la Bolsa Mexicana de Valores en los años 2010, 2011 y 2012.

Para alcanzar el objetivo antes planteado, el trabajo de investigación se encuentra estructurado en 4 apartados, el primero de ellos consiste en una pequeña introducción al trabajo que desarrollaremos, el segundo epígrafe hace referencia a la revisión de la literatura previa, en el tercer epígrafe describimos el diseño y la metodología aplicada, seguido de resultados obtenidos y las conclusiones que se presentan en el cuarto epígrafe y por último se expone la bibliografía utilizada.

Literatura Previa

Son abundantes los estudios que tratan de explicar el impacto que existe entre los mecanismos del Gobierno Corporativo y los resultados que se obtienen por la aplicación de dichos lineamientos. Por su importancia destaca el trabajo realizado por Bernavides y

Mongrut en 2010, que estudia los efectos del rendimiento contable y las decisiones financieras de empresas colombianas a través de una muestra de 43 empresas, a través de un modelo de regresión lineal y el test de Hausman, el resultado del estudio que el retorno sobre los activos de la empresa mejora en más de 1% y el apalancamiento incrementa en más del 5% después de la implementación del código, debido a la calidad del mismo. Estos sugieren que el compromiso de las partes controladas para regularse, reduciendo sus beneficios privados y/o la expropiación de las partes no controladas, a través de la introducción de del código, en realidad es una medida efectiva apoyada por los mercados financieros, incrementando el suministro de fondos a las empresas.

Un año más tarde el estudio de Feras et al; (2011) analiza una muestra integrada por 2,269 empresas, que a través de un modelo de regresión lineal se afirma que los resultados financieros de la diversificación global son positivos, cuando la calidad del gobierno corporativo es deficiente, por lo que se concluye que los gerentes son más capaces de disfrutar de las utilidades obtenidas por medio de la aplicación de estrategias, disminuyendo el valor para el accionista; dicha investigación analiza el impacto del corporativo interno y las estructuras de gobierno sobre los resultados financieros de la diversificación global.

Benavides Juan franco quien analizo 199 empresas colombianas con códigos de gobierno de 2011 a la fecha con el objetivo de estudiar los efectos sobre el desempeño contable y sobre las decisiones financieras de las empresas colombianas después de implementar su código de gobierno, mediante un modelo de regresión lineal y los resultados muestran que el retorno sobre los activos de las empresas, luego de implementado el código, mejora en

más del 1% el efecto es amplificado por calidad del código. Adicionalmente, se notó un incremento de más de un 5% en el apalancamiento de las empresas que habían incorporado un código. Estos resultados sugieren que el compromiso de las partes controladas para autoregularse, reduciendo sus beneficios privados y o la expropiación de las partes no controladoras, a través de la introducción del código, es en realidad una medida efectiva y que los mercados financieros apoyan.

Por su parte Claessens et al. (2012) quienes analizan una muestra formada por Diversos estudios con el propósito de Revisar la investigación reciente sobre Gobierno Corporativo, con un enfoque especial en los mercados emergentes. A través de la aplicación de un modelo de regresión lineal simple sus resultados le permiten afirmar que los mecanismos voluntarios y de mercado de gobierno corporativo tienen menos efecto cuando el sistema de gobierno de un país es débil. Es importante destacar cómo los regímenes de gobierno corporativo cambian con el tiempo y cómo esto impacta las empresas están recibiendo más atención recientemente. Menos evidencia disponible sobre los vínculos directos entre el gobierno corporativo y el desempeño social y ambiental.

De la misma manera Lagos et al. (2014), con el objetivo de estudiar la relación entre la aplicación de prácticas del gobierno corporativo, incluidas en el código de mejores prácticas corporativas y el costo de capital proveniente de la deuda de empresas listadas en la bolsa de valores de Colombia, con un estudio que fue aplicado a empresas que emitieron bonos en la bolsa de valores de Colombia durante el periodo 2007-2010. A través de un modelo de regresión lineal, arrojando como resultados que el nivel de gobierno corporativo comienza a ser relevante en el momento de decidir sobre una inversión, debido a que las prácticas de gobierno corporativo de una empresa reflejan de cierto modo algunos

elementos a consideraren el nivel de riesgo; fundamentalmente permite a los inversionistas contar con mejores niveles de confianza en sus inversiones, esto permite deducir que la aplicación de prácticas de gobierno corporativo comienza a ser reconocida en el mercado de valores colombiano como un indicador que refleja el desempeño de las empresas y no como un simple requisito para la emisión de títulos valores. Este trabajo abarcó, como eje central, la emisión de deuda de mediano y largo plazo; sin embargo, este alcance podría ampliarse en futuras investigaciones al estudio de la relación entre la aplicación de prácticas de gobierno corporativo y el costo de otras fuentes de financiamiento (deuda de corto plazo, capital accionario); adicional a esto, se podrían incluir en estudios futuros comparaciones con otros países de América Latina., lo que significa que a los accionistas de empresas colombianas comienzan a confiar más en las inversiones.

Así mismo sobresale la investigación de Chen et al. (2012) quienes a través de un análisis univariante y un análisis de regresión multivariante sus resultados afirman que las empresas con mecanismos internos o externos de gobierno más efectivos, experimentan asignaciones de inversión más eficientes tanto en la empresa como en sus segmentos, analizando una muestra de 6348 empresas (3839 de un segmento y 2509 multisegmento).

En México, el trabajo desarrollado por Jiménez et al. (2013) analiza una muestra de empresas no financieras que cotizan en la BMV en el periodo 2005-2010 con el propósito de investigar el grado de cumplimiento de las mejores prácticas corporativas tienden a aumentar la competitividad de las empresas. A través de un modelo de regresión lineal, determina que las empresas que no siguen las recomendaciones del Código de Mejores Prácticas Corporativas en razón a la independencia del consejo de administración, al

tamaño del comité de auditoría así como la dualidad presidente/director general, reflejan menos rentabilidad empresarial

Por su parte Duck-Ho et al. (2013) con el objetivo de analizar los efectos de la adecuación de gobierno en el desempeño corporativo en las empresas manufactureras coreanas, analizan una muestra de 398 corporaciones. A través de un modelo de regresión lineal los resultados muestran que la relación entre la adecuación de gobierno y el desempeño corporativo es estadísticamente significativa. Además, al dividir el Índice de Gobierno Corporativo en la riqueza de los accionistas, el consejo de administración, divulgación, comité de auditoría, y la política de dividendos están significativamente relacionados con el desempeño corporativo.

Así mismo Cristina -Avram (2013) analiza una muestra formada por 144 países, con el propósito de investigar empíricamente, a través de un análisis comparativo de países, los efectos de la gobernabilidad a nivel de país sobre la gobernanza a nivel corporativo. A través un análisis de regresión múltiple, sus resultados le permiten afirmar que existen fuertes correlaciones positivas entre la mayoría de los grupos de gobierno mundiales y la eficacia de los consejos de administración.

En el mismo contexto Lim et al. (2013), enfocados a proporcionar la primera evidencia que muestra que la concentración de la propiedad y la identidad del accionista más grande de la materia con la puntualidad de los beneficios empresariales, medidos por una acción oportuna métrica basada en el precio y el retraso de informes, con un estudio realizado a 1276 empresas de Malasia en los años de 1996 - 2009, datos sobre los 20 principales

accionistas de 1996 a 2000 y los 30 principales de 2001. A través de un modelo de regresión no lineal, arrojando como resultado que la identidad de los mayores accionistas y su participación fraccionaria hacen un mejor trabajo en la explicación de la puntualidad de la formación de precios a la hora de explicar el retraso de la presentación de informes

De igual manera, el estudio realizado por Krechovská & Taušl Procházková en 2014, centrado en el análisis del Gobierno Corporativo y su cambio necesario con respecto a las tendencias de la sociedad, especialmente en vista del concepto de sostenibilidad. La sostenibilidad corporativa se entiende como la capacidad de las empresas para influir positivamente en el desarrollo ambiental, social y económico a través de sus prácticas de gobierno corporativo y presencia en el mercado, con un estudio realizado a empresas de la Republica Checa en el 2012. Sus resultados muestran que muchas empresas no funcionan con la sostenibilidad dentro de la estrategia y la gestión empresarial y tampoco incluyen la sostenibilidad en la medición y gestión del desempeño.

En relación, los trabajos realizados por Lim et al. (2013) aplicando un modelo de regresión lineal en donde los resultados determinan una relación estadísticamente significativa en la mayor participación accionaria de tipo positivo, lo que significa que las empresas con una concentración de la propiedad más alta son más lentos en la formulación de su informe financiero, mientras que la variable gobierno muestra un resultado estadísticamente significativo de tipo negativo lo que indica que las empresas que tienen en su gobierno al accionista mayor lanzan su informe financiero cerca de 4 días antes. El resultado es estadísticamente significativo para el período anterior al Código de Gobierno Corporativo de Malasia. Lo mismo se observa en la especificación cuando se utiliza la

propiedad gubernamental fraccional. Los otros grupos de identidad de los accionistas más grandes como familia, Relaciones Exteriores, y la institución, y sus respectivas participaciones son irrelevantes para el retraso de informes. Tomando en cuenta solo 599 empresas de Malasia con el objetivo de analizar cómo la oportunidad de generar utilidades está determinada por la propiedad, la concentración y la identidad del principal accionista. Dentro de los estudios elaborados en este mismo año destaca el realizado por Hung, quien, en base a datos relativos al gobierno corporativo de empresas que cotizan en la bolsa de Alemania pretende conocer el grado en que el gobierno corporativo afecta el costo de deuda y el capital de dichas sociedades. A través de un modelo de regresión lineal sus resultados le permitieron afirmar que un gobierno corporativo fuerte conduce a un menor costo de capital y que es capaz de mitigar los costos de agencia, reduciendo el costo de capital propio.

Por otra parte, Badelea y Fundeanu (2014), analizan una muestra formada por países emergentes y los de la media europea, con el propósito de analizar los principios de gobierno corporativo utilizado por las empresas en los países emergentes las economías en las que es más difícil la competitividad en el contexto de la economía global actual. A través de un análisis empírico, sus resultados les permiten afirmar que la mayoría de empresas del patrón no respeta el Código de Buen Gobierno recomendaciones con respecto a los independientes y los miembros del comité de auditoría. Además, para la mayoría de la empresa analizada, su grado de transparencia es mucho menor que la sociedad europea.

En el mismo contexto, Chrisa et al. (2014), analizan una muestra formada por empresas públicas griegas de la Bolsa de Atenas, con el propósito de investigar las características de

la gestión empresarial en Grecia hoy, así como poner de relieve varias características de la aplicación de las normas de gobierno corporativo en la práctica diaria de las empresas. A través de un análisis empírico sus resultados les permiten afirmar se encuentra la relativa ausencia de comités que no sea el Comité de Auditoría, que es obligatoria, mientras que la mayoría de las empresas son dirigidas por tablillas de menos de ocho miembros, también baja presencia de mujeres en consejos de administración y un alto porcentaje de principal familia stock titular miembros en los consejos de las empresas.

De la misma manera, Lagos et al. (2014), con el objetivo de estudiar la relación entre la aplicación de prácticas del gobierno corporativo, incluidas en el código de mejores prácticas corporativas y el costo de capital proveniente de la deuda de empresas listadas en la bolsa de valores de Colombia, con un estudio que fue aplicado a empresas que emitieron bonos en la bolsa de valores de Colombia durante el periodo 2007-2010. A través de un modelo de regresión lineal, arrojando como resultados que el nivel de gobierno corporativo comienza a ser relevante en el momento de decidir sobre una inversión, debido a que las prácticas de gobierno corporativo de una empresa reflejan de cierto modo algunos elementos a consideraren el nivel de riesgo; fundamentalmente permite a los inversionistas contar con mejores niveles de confianza en sus inversiones, esto permite deducir que la aplicación de prácticas de gobierno corporativo comienza a ser reconocida en el mercado de valores colombiano como un indicador que refleja el desempeño de las empresas y no como un simple requisito para la emisión de títulos valores. Este trabajo abarcó, como eje central, la emisión de deuda de mediano y largo plazo; sin embargo, este alcance podría ampliarse en futuras investigaciones al estudio de la relación entre la aplicación de prácticas de gobierno corporativo y el costo de otras fuentes de financiamiento (deuda de

corto plazo, capital accionario); adicional a esto, se podrían incluir en estudios futuros comparaciones con otros países de América Latina., lo que significa que a los accionistas de empresas colombianas comienzan a confiar más en las inversiones.

Por último los estudios realizados por Çipia et al. (2014), analizan el panel de oficiales albanés consejeros delegados (CEOs), con el objetivo de analizar la situación actual de las prácticas de GC en Albania. A través de un análisis empírico, sus resultados les permiten afirmar que los CEOs tienen un buen nivel de conocimiento con respecto a la base mecanismos de la Gobierno Corporativo.

Objetivo

El objetivo del presente trabajo de investigación, es conocer el grado de cumplimiento de las empresas mexicanas del sector Servicios y Bienes de Consumo no Básicos, que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores en relación con el Código de Mejores Prácticas Corporativas en los años 2010, 2011 y 2012, en función del tamaño (medido por el total de activos al 31 de diciembre de cada año) y la rentabilidad financiera.

Muestra

Para alcanzar el objetivo principal propuesto, se analiza una muestra compuesta por 54 cuestionarios de CMPC correspondientes a 18 empresas que pertenecen al sector servicios y bienes de consumo no básico que cotizan en BMV de los años 2010, 2011 y 2012. Obteniendo la información de los informes anuales y de los cuestionarios del código de mejores prácticas corporativas de las empresas emisoras disponibles en la página web de la Bolsa Mexicana de Valores.

Para cada empresa comprendida en el análisis se dispone de la siguiente información:

- a. Año del informe que compila los años 2010, 2011 y 2012.
- b. Tamaño de las empresas, en función del valor de los activos que presentan en el Balance General al 31 de diciembre de cada año, respectivamente, catalogadas como pequeñas, medianas y grandes.
- c. Rentabilidad financiera, que se catalogó de acuerdo a lo calculado con la razón financiera de rentabilidad y, cada empresa se clasifica con un nivel de rentabilidad alta, media y baja.
- d. La información de los cuestionarios de mejores prácticas corporativas.
- e. Los índices de cumplimiento reunidos según los rubros en los cuestionarios de mejores prácticas corporativas, es decir, Asamblea de accionistas, Consejo de administración, de función de Auditoría, función de Evaluación y Compensación y el de Finanzas y Planeación.
- f. El índice total de cumplimiento relativo al cuestionario de mejores prácticas corporativas.
- g. Razones financieras principales, como lo es solvencia, liquidez, de deuda, de apalancamiento financiero, de rentabilidad económica y el de rentabilidad financiera.

Índice De Cumplimiento

Con el propósito de analizar las respuestas por empresa, la presente investigación pretende aportar un nuevo concepto que permita medir el nivel de cumplimiento de las dimensiones propuestas por la CNBV. Dado lo anterior y para obtener el grado de cumplimiento de las disposiciones CMPC de las empresas de la muestra, en primer lugar se calculan un índice

total de cumplimiento por cada dimensión del cuestionario de mejores prácticas corporativas (Asamblea de Accionistas, Consejo de Administración, Función de Auditoría, Evaluación y Compensación y Finanzas y Planeación), el cual se calculó sumando el valor de cada una de las preguntas positivas (que si aplica lo dispuesto en el código) del cuestionario entre la del total de respuestas positivas más respuestas negativas calificación a obtener en cada rubro, que reflejan el apego que tienen las empresas a los estipulado por el Código de Mejores Prácticas Corporativas, en base a las siguientes fórmulas:

Índice de cumplimiento Total

$$\mathbf{ICT} = \frac{\Sigma}{\Sigma}$$

Donde:

R = Respuestas Afirmativas

R = Respuestas Negativas

Después se calcula rentabilidad financiera, en base a la siguiente fórmula:

Razón de rentabilidad financiera

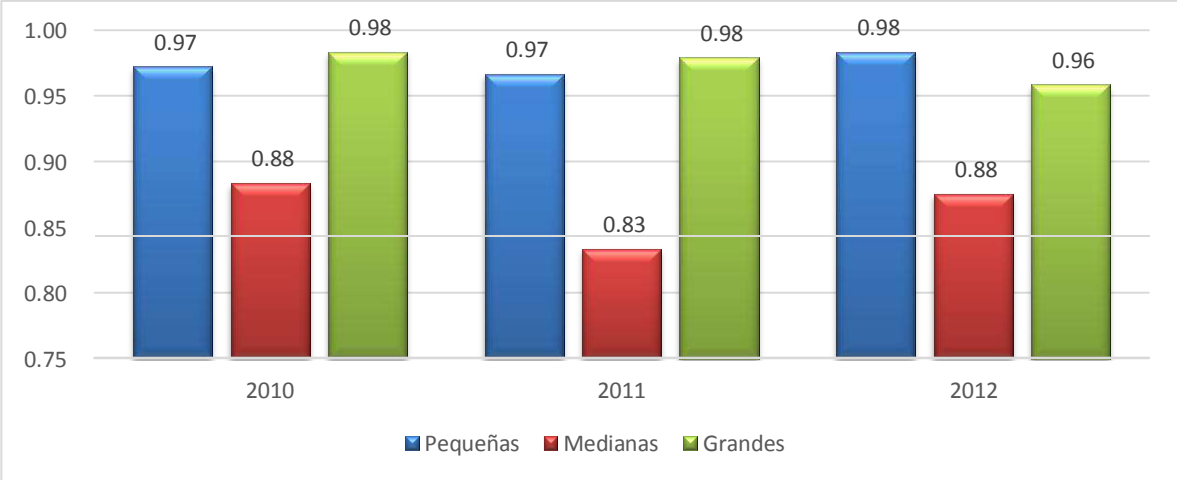
RF= _____

Análisis Estadístico

En base a la literatura los resultados del análisis descriptivos de los Índices de Cumplimiento de cada uno de los apartados que contienen el cuestionario de mejores prácticas corporativas (Asamblea de Accionistas, Consejo de Administración, Función de Auditoría, Evaluación y Compensación y Finanzas y Planeación), se presentan a continuación:

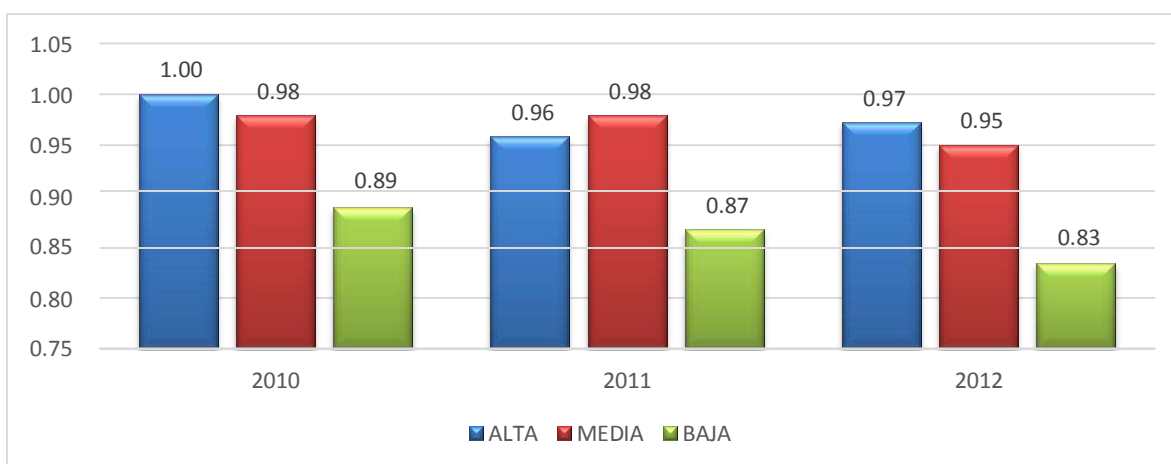
En el Grafico 1, muestra que en relación al índice de asamblea de accionista respecto al tamaño de la empresa, se observa que las empresas pequeñas presentan un 97% de cumplimiento en los años 2010 y 2011, las medianas organizaciones muestran un bajo cumplimiento (88%) en relación de las grandes empresas, ya que presentan un cumplimiento del 98% en el último año de estudio (2012).

Gráfica 1. Índice de cumplimiento Asamblea de Accionistas (Tamaño de la empresa).



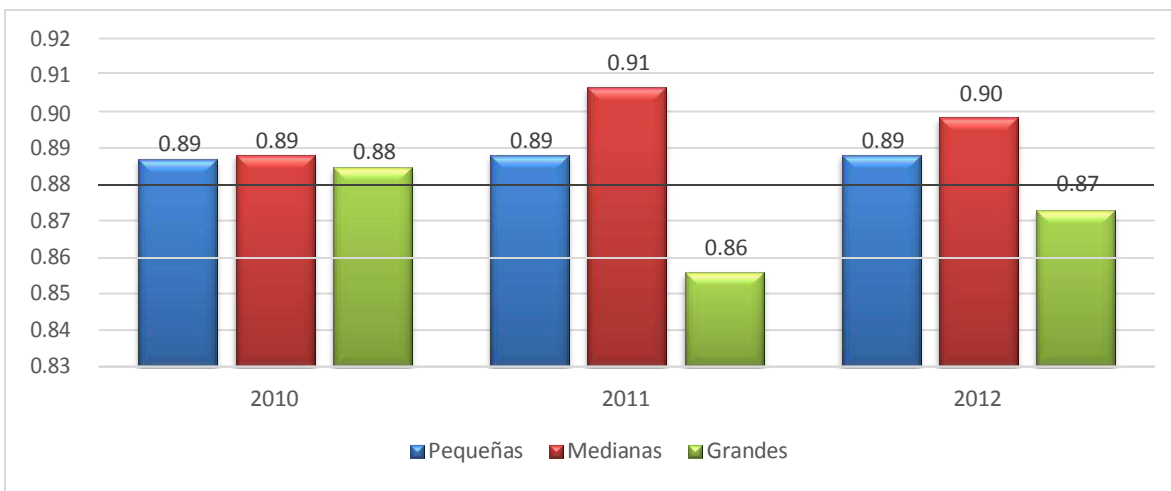
Así mismo, respecto a la rentabilidad financiera, los resultados muestran que en 2010 las empresas que presentaron mayor cumplimiento son las ubicadas en el tercer tercio (rentabilidad alta). Por otro lado, las organizaciones que se encuentran clasificadas en el primer tercio (rentabilidad baja) muestran un menor cumplimiento en 2011 y 2012, Grafico 2.

Gráfica 2. Índice de cumplimiento Asamblea de Accionistas (Rentabilidad financiera).



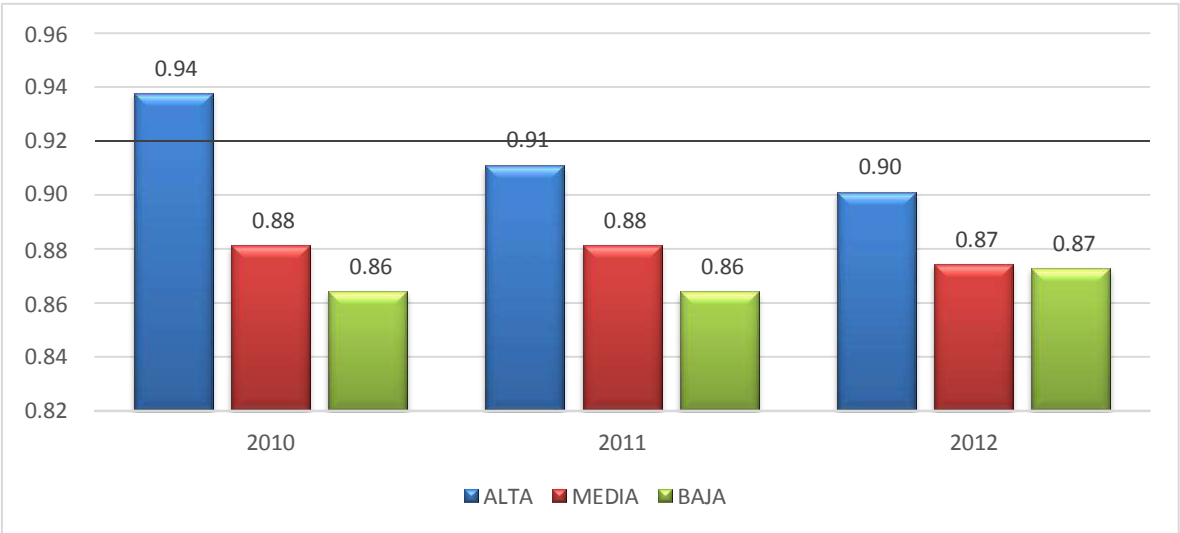
En otro contexto respecto al apartado Consejo de Administración, en el Gráfico 3 en relación al tamaño las empresas medianas presentaron un mayor porcentaje de cumplimiento con un 91% en 2011, mientras las que menor porcentaje de cumplimiento se presentó en el mismo año con la grandes empresas. Por lo contrario en donde se presentó el mejor cumplimiento en general fue en 2010 y en 2012 se maneja una mejora parcial.

Gráfica 3. Índice de cumplimiento Consejo de Administración (Tamaño de la empresa).



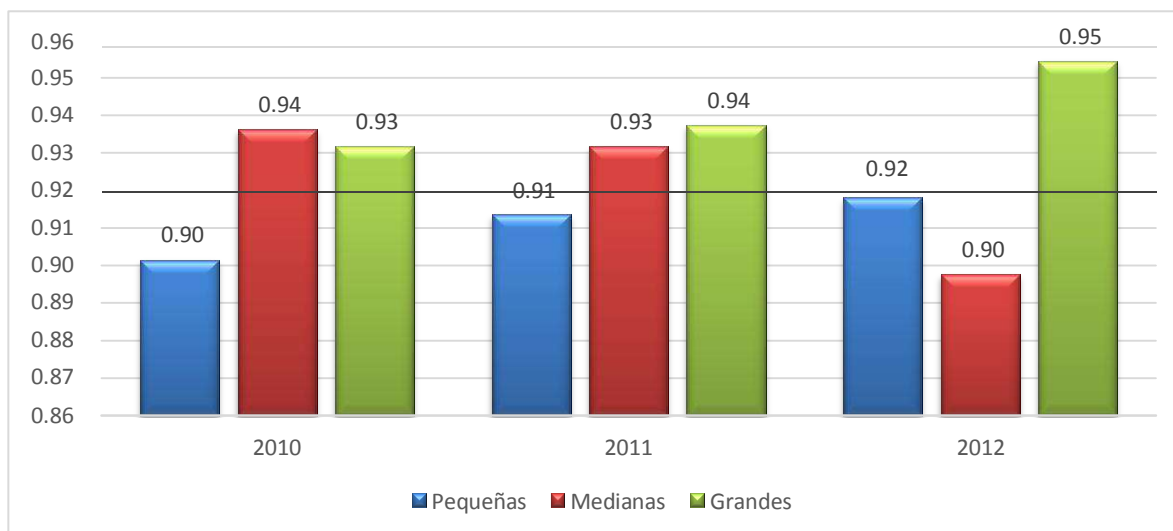
En relación a la rentabilidad empresarial, en el Gráfico 4, se observa que las organizaciones que se encuentran en el tercer tercio (rentabilidad alta), se apegaron al cumplimiento del CMPC en el apartado consejo de administración con un 94% en 2010, 91% en 2011 y un 90% en 2012. Por el contrario las empresas con rentabilidad baja presentaron un menor porcentaje de cumplimiento del 86% en 2010 y 2011, en 2012 el 87% en comparación con las empresas del primer y segundo tercio.

Gráfica 4. Índice de cumplimiento Consejo de Administración (Rentabilidad financiera).

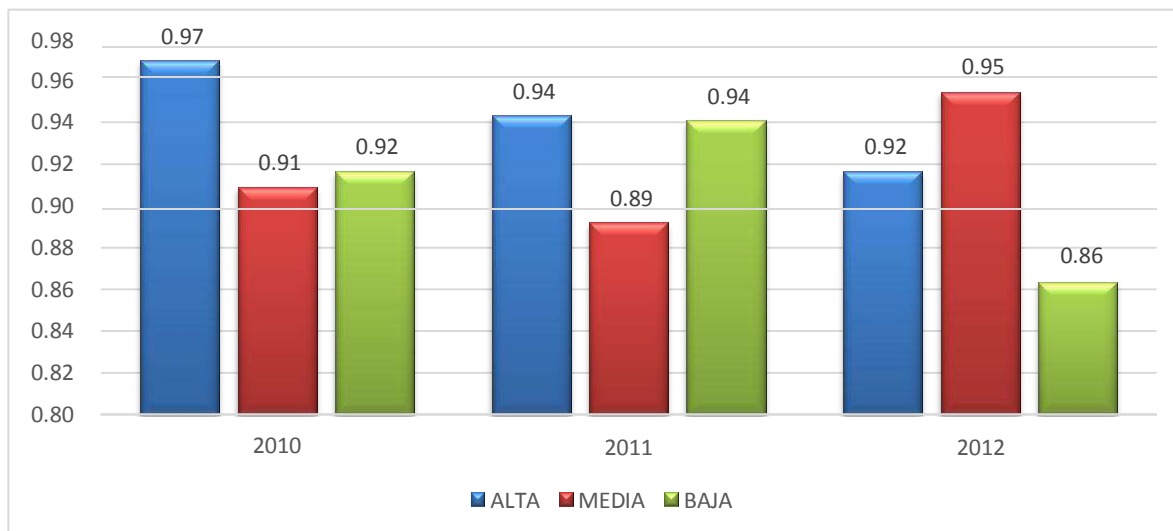


En el análisis estadístico función de auditoría respecto al tamaño de la empresa el Gráfico 5 nos muestra que las grandes empresas son las que tienen mayor cumplimiento respectivamente, empezando en 2010 con 93% puntos aumentando 1% en 2011 y finalmente en el 2012 con 95%.

Gráfica 5. Índice de cumplimiento Función de Auditoría (Tamaño de la empresa).



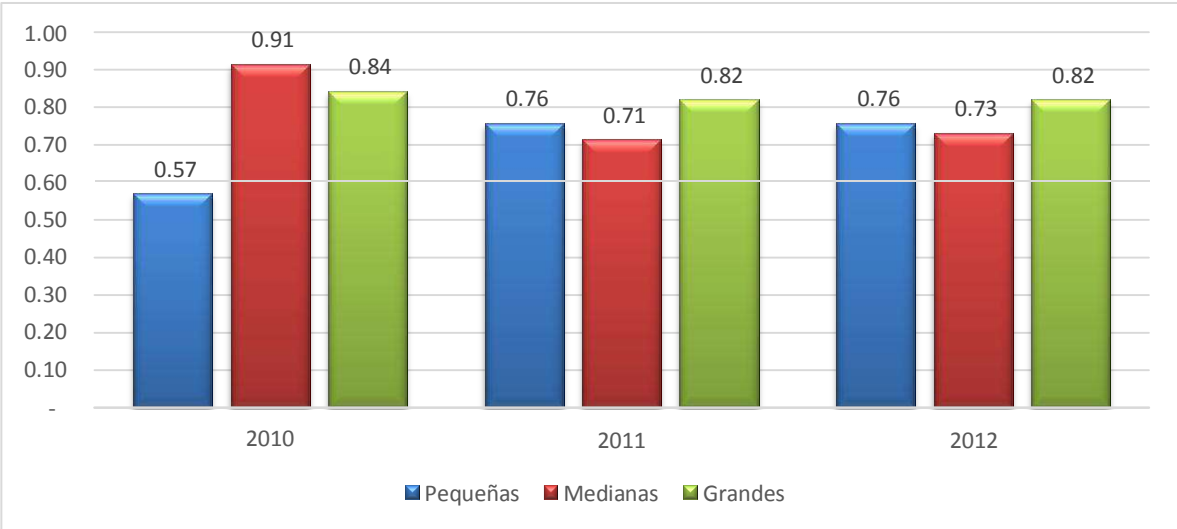
De igual manera respecto a rentabilidad financiera el Gráfico 6, nos muestra que las empresas con una rentabilidad alta en el 2010 presentan un 97% de cumplimiento, siendo las que más se apegaron CMPC. Por lo contrario las organizaciones el primer tercio (rentabilidad baja), presentan menor cumplimiento en 2012 con un 86%.



Gráfica 6. Índice de cumplimiento Función de Auditoría (Rentabilidad financiera).

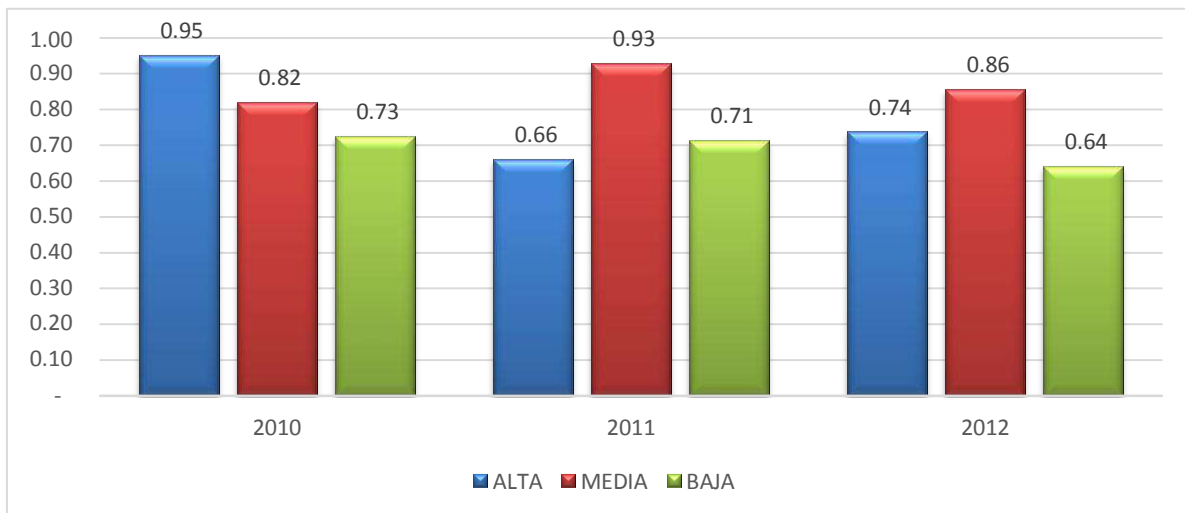
En el Gráfico 7, en la variable de agrupación Evaluación y compensación, en relación al tamaño y analizando los años de estudio podemos observar que las empresas grandes son las que mantienen un constancia cumplimiento en los tres años de estudio (2010, 2011 y 2012), sin embargo las que menor porcentaje de apego son las pequeñas en 2010 (57%), aunque en 2011 y 2012 lograron incrementar su cumplimiento hacia los mecanismos de gobierno corporativo.

Gráfica 7. Índice de cumplimiento Evaluación y Compensación (Tamaño de la empresa).



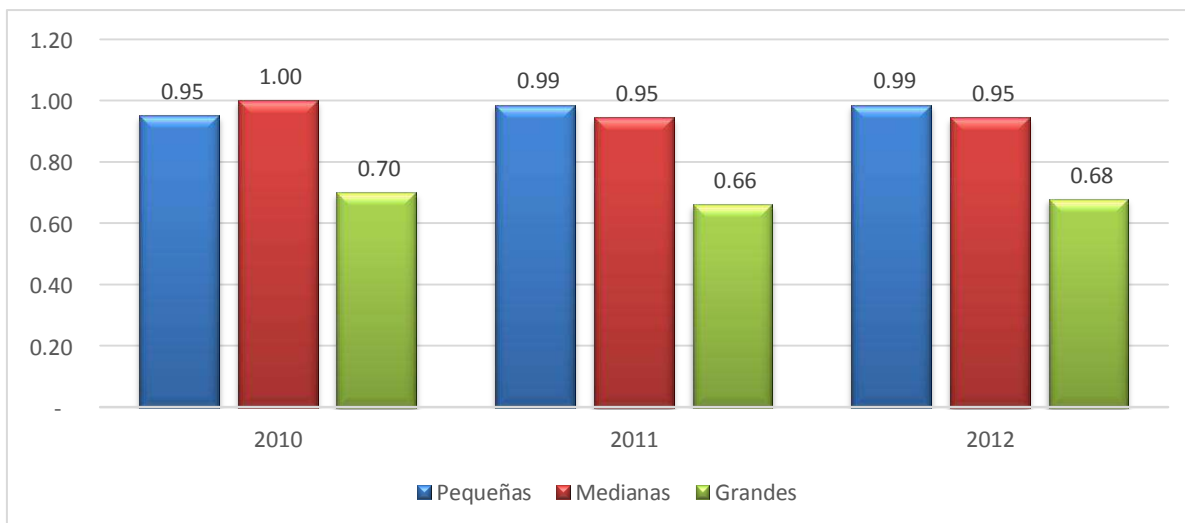
Los resultados en el Gráfico 8, observamos que las empresas que tienen rentabilidad alta son las que tienen mayor porcentaje de cumplimiento en 2012 con un 86%. Por lo contrario los que menor porcentaje de cumplimiento son las empresas con rentabilidad financiera con un 64%. En comparación de los años las empresas en 2010, cumplieron en un 83% en promedio, sin embargo en 2012 se presenta una baja con un 74% en promedio.

Gráfica 8. Índice de cumplimiento Evaluación y Compensación (Rentabilidad financiera).



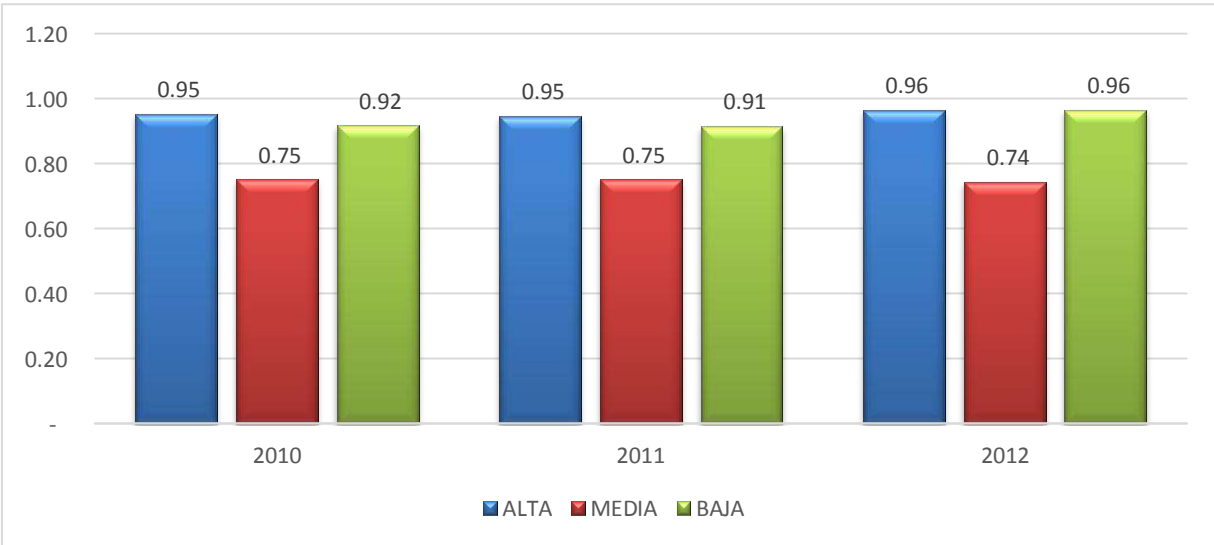
En el análisis estadístico de la variable de agrupación finanzas y planeación respecto a tamaño de la empresa el grafico 9 nos muestra que las empresas medianas en 2010 cumplieron con el 100% aunque para 2011 existe una disminución de 5% permaneciendo en 95% para el 2012

Gráfica 9 Índice de cumplimiento Finanzas y Planeación (Tamaño de la empresa).



En relación a la rentabilidad financiera, en el Gráfico 10, se observa que las empresas que se encuentran en el tercer tercio (rentabilidad alta), logran un cumplimiento del CMPC en el apartado finanzas y planeación con un 95% en 2010 y 2011 y un 96% en 2012. Por el contrario las empresas con rentabilidad media presentaron un menor porcentaje de cumplimiento del 75% en 2010 y 2011, en 2012 el 74% en comparación con las empresas del primer y tercer tercio.

Gráfica 10. Finanzas y Planeación (Rentabilidad financiera).



Conclusión

El cumplimiento del CMPC en las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), se hizo obligatoria a partir del año 2010 orientado en mejorar el buen gobierno organizacional y fortalecer el crecimiento económico a través de los mecanismos de Gobierno Corporativo propuestos por la CNBV. Sin embargo, a dos años de obligatoriedad los resultados mostrados indican que aún no se alcanza el objetivo propuesto por la CNBV que es que el 100% de empresas emisoras cumplan con las prácticas societarias. Para dar a

conocer de manera específica las conclusiones del estudio, estas se presentan por cada una de las cinco dimensiones contenidas en el cuestionario.

Asamblea de Accionistas:

Las compañías que mostraron el menor cumplimiento de este segmento por tamaño (medido por el total de activos al 31 de diciembre de cada año) son las empresas consideradas medianas. Respecto a la rentabilidad, el menor cumplimiento lo presentan las compañías menos rentables. Los resultados nos permiten suponer, que estas empresas deben de ser mayormente objetivos y mantener un orden logístico en las reuniones de asamblea y de esta manera puedan ser más atractivas para los inversores.

Consejo de Administración

En este sentido, las empresas que presentan el menor cumplimiento son las empresas de rentabilidad baja y en cuestión del tamaño son las grandes. Por lo que podemos asumir que esto se genera porque no existe un consejo de administración organizado y la comunicación con la Asamblea de Accionista no es la adecuada.

Función de Auditoria

En otro contexto, las empresas de baja rentabilidad y las consideradas pequeñas mostraron menor cumplimiento. En base a esto se presume que la baja supervisión y control hacia los servicios de auditoria externa influye directamente a no lograr el cumplimiento del CMPC a un 100% por estas empresas.

Evaluación y Compensación

En esta dimensión, los resultados muestran que tanto las empresas de baja rentabilidad como las pequeñas presentaron menor cumplimiento. En este sentido podemos suponer que el motivo de que estas empresas no cumplen al 100%, es porque las políticas y los procesos a los altos mandos no son ejecutadas a lo establecido por la asamblea de accionistas y el consejo de administración.

Finanzas y Planeación.

Por último, las organizaciones de baja rentabilidad y por tamaño las consideradas grandes presentan un cumplimiento menor en relación a las demás. En base a esta función se puede asumir que la falta de supervisión y evaluación a las estrategias que el consejo de administración y la asamblea de accionistas aprueban influye, a que no alcance los niveles de cumplimiento del CMPC que las mismas organizaciones pretenden lograr.

Bibliografía

AMALI ÇIPIA, SHYQYRI LLACI, FERNANDO A. F. FERREIRA (2014) "Current situation of corporate governance practices in Albanian joint stock companies: a Delphi-based approach"

BADELEA & FUNDEANU (2014), Policy's beneficiaries of corporate governance and diversification strategy

BERNAVIDES J.; MONGRUT S. (2010) "Códigos del gobierno: hecho o ficción Un estudio de los códigos del gobierno en Colombia", Estudios Gerenciales Universidad ICESI.

CHEN S.; CHEN I. (2012) "Gobierno corporativo y la asignación de capital de diversas empresas", Journal of Banking and Finance.

CHRISA, THEODOROS, VASILIOS (2014), Corporate governance in practice. The Greek case.

CRISTINA –AVRAM, (2013), Linking governance to efficacy of corporate boards: a global perspective.

DUK-HO KIM, JOONGWHA KIMA, YONGHWAN BYUN AND SE-HAK CHUN, (2013), "Un estudio sobre el efecto de la adecuación de un Gobierno en el Rendimiento Corporativo"

FERAS, M. (2011) "The impact of Corporate Governance on the Financial Outcomes of Global Diversification", The International Journal of Accounting

KRECHOVSKÁ & TAUŠL PROCHÁZKOVÁ, (2014) "La sostenibilidad y su integración en Gobierno Corporativo Centrándose en la gestión del rendimiento corporativo y presentación de informes"

LAGOS (2014): “Influencia del gobierno corporativo en el costo de capital proveniente de la emisión de deuda”, Revista Estudios Gerenciales, Vol. 30, pp. 73-84

LIM et al. (2013) “La propiedad corporativa, la reforma del gobierno corporativo y la oportunidad de obtener ganancias: la evidencia de Malasia”, Journal of Contemporary Accounting & Economics.

MABLE LIM, JANICE HOW, PETER VERHOEVEN, (2013), “La propiedad corporativa, la reforma del gobierno corporativo y la oportunidad de las ganancias: la evidencia de Malasia” Journal of Contemporary Accounting & Economics.

OCDE (2005): Principios de la OCDE para el gobierno de las sociedades. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. París.

JIMÉNEZ, S. D. P., GALLARDO, R. L. H., & ALVARADO (2013): “Impacto del gobierno corporativo en empresas mexicanas cotizadas. Código de mejores prácticas corporativas estudio empírico (2005-2010)”. XVIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e informática.
(<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/es/docs/anteriores/xviii/docs/5.06.pdf>)

STIJN CLAESSENS AND BURCIN YURTOGLU, (2012), Corporate Governance in Emerging Markets: A Survey (Gobierno Corporativo en los mercados emergentes), <http://ssrn.com/abstract=1988880>

Hacienda Pública y Finanzas

La Auditoría Factor de Cambio Para Lograr Una Organización Saludable

L.C. Luz María Godínez Mendoza

Alumna De La Maestría En Auditoria Del Instituto De Ciencias Económico

Administrativas De La Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo. México. Dirección:

Libramiento A La Concepción, Km 2.5, San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo; C.P. 42160. Tel.

(01-771) 72 9 37 69 E-Mail: Luzgodinezm@Yahoo.Com.Mx

Resumen

El objetivo fundamental de este proyecto es crear un modelo de intervención con un enfoque interdisciplinario a partir de la auditoria del desempeño empresarial, con el que se pretende analizar los disfuncionamientos que generan costos ocultos en las organizaciones, medir su impacto cualitativo y cuantitativo, y promover medidas que contribuyan y refuercen el bienestar de los empleados y el buen desempeño organizacional.

En un contexto de internacionalización creciente, es indispensable poder aplicar metodologías innovadoras con la finalidad de medir el impacto de problemas interculturales en los rendimientos y desempeño organizacional de una empresa.

Modalidad:

Investigación aplicada, cuantitativa-cualitativa, documental y de campo, de corte exploratorio, no experimental, de tipo transversal y de corte muestral.

Objetivo General:

Aplicar los principios de “organización saludable” en la auditoria del desempeño empresarial a través de un análisis multidisciplinario en una organización.

Específicos:

1. Desarrollar instrumentos para el análisis organizacional del proceso administrativo y de mejoras a la salud.
2. Realizar un diagnóstico integral del estado de salud organizacional mediante una metodología que permita conocer los factores que inciden en la salud de las empresas, tanto en términos del bienestar de los empleados, como en el desempeño psicosocial, económico y financiero.
3. Determinar los factores que enferman o podrían enfermar a las organizaciones.
4. Proponer estrategias para promover prácticas saludables dirigidas al bienestar de los empleados y aumentar la efectividad organizacional.

Antecedentes

En un contexto de internacionalización creciente, es indispensable poder aplicar metodologías innovadoras con la finalidad de medir el impacto de problemas interculturales en los rendimientos y desempeño organizacional de una empresa.

La extensa literatura de las ciencias administrativas a lo largo de más de un siglo manifiestan que: *“el recurso humano es el activo más valioso de una organización”*, no obstante, la mayoría de las organizaciones se comportan como si sus empleados fueran un gasto contable.

La relación de las ciencias administrativas con diversas disciplinas auxiliares como la psicología, la sociología, la medicina, la economía, ha propiciado estudios más profundos en las organizaciones, específicamente sobre el individuo y todo lo que le rodea en las organizaciones, tales como motivación, aprendizaje, liderazgo, personalidad, satisfacción laboral, competencias, seguridad, salud, entre otras. Esto es porque, los estudiosos en esta materia se han percatado de que el buen desempeño organizacional, la rentabilidad y productividad de una empresa, dependen de la satisfacción del personal, del beneficio corporativo y de la cultura organizacional, lo cual se logra con el aprovechamiento de las capacidades y virtudes del personal y de la organización para cultivar prácticas organizacionales saludables.

En este contexto cobra singular importancia la política de Responsabilidad Social Corporativa, la cual se considera un instrumento de gestión de la empresa en cuestiones sociales, laborales y medioambientales que afectan o pueden afectar el entorno en que se desenvuelve la organización.

Una empresa socialmente responsable debe plantear dentro de su organización un modelo socioeconómico que contemple:

- Calidad de vida de sus empleados.
- Conservación de recursos naturales y armonía de la naturaleza.
- Control de calidad en las decisiones de mercado.
- Remuneración equilibrada en lo económico y social.
- Intereses de la comunidad.
- La empresa es un sistema abierto.

No obstante, en países subdesarrollados como México, no existe una cultura organizacional que fomente prácticas organizacionales saludables dirigidas al personal y a la propia organización.

La ausencia parcial o total de prácticas organizacionales saludables genera en las organizaciones, pérdidas, costos y desempeños ocultos.

Detectar estos disfuncionamientos en una auditoría, permitiría a las organizaciones administrarse de manera más efectiva y eficiente, sin embargo, su evaluación requiere la aplicación de un modelo de intervención que contemple todos los factores que podrían ser influyentes y susceptibles de generarlos, como son la salud, la seguridad, el estrés, la economía, el medio ambiente, el espacio y condiciones de trabajo, las políticas de la empresa, las políticas sociales, las políticas de gobierno, entre otros.

Cuando se mide el impacto económico y social que representan los disfuncionamientos para una organización, es posible crear conciencia en las empresas y sus directivos de la

importancia que representa la aplicación de los principios de “organización saludable” en su conjunto, es decir, lograr por un lado el bienestar de las personas en la parte física, mental, emocional y espiritual y por el otro, el de la empresa, en la parte organizacional, en su productividad, rentabilidad y cultura, lo cual repercute sin duda en un ahorro significativo de recursos y en un aprovechamiento eficaz y eficiente de los mismos.

En materia económica, la disminución de los disfuncionamientos, tiene entre otros beneficios, una reducción de los costos ocultos y en consecuencia, más recursos para la empresa, menor financiamiento de terceros, así como un aumento de la productividad y rentabilidad.

La auditoría puede ser un factor que proponga acciones encaminadas a corregir de manera interna los disfuncionamientos que le sean detectados a una organización mediante un modelo de intervención basado en la aplicación de principios de “organización saludable” para lograr una organización saludable.

En este sentido, el objetivo fundamental de esta investigación será brindar una propuesta de solución dirigida a restablecer las estructuras organizacionales de la empresa, que se han descuidado. Por tanto, la importancia de este proyecto, radica principalmente en los beneficios que la empresa obtendría mediante la auditoría, las recomendaciones derivadas de ésta y la puesta en marcha de dichas propuestas de acción. Es claro que dichas propuestas estarían enfocadas al mejoramiento de las estructuras organizacionales, al bienestar y satisfacción de los empleados, así como a la disminución de los costos ocultos

totales generados, lo que impactaría en la rentabilidad, productividad y competitividad de la empresa.

Con este proyecto se pretende también concientizar a la administración acerca de la importancia de generar una cultura organizacional con base en las virtudes y capacidades de cada miembro de la organización, una adecuada administración de las estructuras organizacionales, indispensable para que las organizaciones tengan un eficiente desempeño.

Así mismo, se pretende que la Administración de la empresa reflexione sobre las causas y efectos de los costos ocultos y se establezcan estrategias a corto plazo que impidan su crecimiento.

Desde una perspectiva metodológica, este proyecto, pretende utilizar una metodología no experimentada anteriormente, que consiste en aprovechar las técnicas de un modelo socioeconómico aplicado bajo los principios de “organización saludable” cuyos resultados sin duda fortalecerán a la Red de Investigación de Cuerpos Académicos de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Marco Teórico

La auditoría en países como Estados Unidos y México, nació mucho antes de la profesión de la contabilidad, si bien es cierto que se origina de prácticas británicas, los ferrocarriles jugaron un papel importante en su avance, así como en el nacimiento de la contabilidad y las finanzas.

La industrialización y la Revolución Industrial contribuyeron a la práctica del gobierno corporativo y empresa sana, mediante la promulgación de leyes para fomentar el empleo, la inversión, y la revisión de cuentas de los informes anuales de las empresas.

La auditoría cambio de un servicio interno a un servicio externo profesional, debido a las necesidades de información de las empresas y los gobiernos, así como para la toma de decisiones, a la responsabilidad de decidir cuándo hay que conservar o vender la propiedad invertida. Esto sugiere que la auditoría no sólo contribuye a la detección de fraudes y errores, sino también al sostenimiento de una empresa.

La evolución de la auditoría en los últimos años, ha provocado cambios significativos en sus estructuras, características y enfoques, lo cual a su vez ha ocasionado que se amplíe el desarrollo de ésta disciplina y su especialización según el objeto de estudio, destino, etc.

La clasificación oficial de la auditoría tomando en cuenta el objetivo que se persigue y desde el punto de vista de quién la práctica, según el Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP) es la siguiente:

Auditoría Interna

La auditoría interna tiene como objetivo verificar que la compañía cuente con un adecuado sistema de control interno, para lo cual se evalúan los siguientes aspectos:

- Obtener información de calidad; clara, correcta y oportuna.
- Protección de Activos.
- Lograr eficiencia de operación.
- Observar las políticas de la Dirección General de la Empresa.

Se dice que es multidisciplinaria, ya que la puede realizar una persona con formación y también con experiencia en el área, por lo que puede ser realizada por un Licenciado en Contaduría, un Licenciado en Administración, un Licenciado en Derecho, etc.

Inicia cuando los Contralores o auditores internos hacen un programa anual de auditoría interna.

El contralor es la mano derecha del director general, se allega de gente experta en cada área de la Organización, se dice que la Auditoria es Integral al evaluar o revisar todas las áreas o departamentos de la Empresa.

Concluye con un documento denominado: “**Carta a la Gerencia**”, que es un informe que se entrega en primer lugar al gerente general, tiene dos versiones:

- 1) Documento Ejecutivo
- 2) Documento a Detalle

Así mismo, en dicho documento se establecen las observaciones y las recomendaciones o sugerencias y se convienen las alternativas así como el costo beneficio de cada una.

Auditoría Externa

Esta auditoría se subdivide en:

- 1) Auditoría Fiscal.
- 2) Auditoría de Estados Financieros.

Auditoría Fiscal

Esta auditoría tiene como propósito que las Dependencias Oficiales (del gobierno), que suelen ser fiscalizadoras, como la SHCP verifiquen el fiel cumplimiento de las disposiciones tributarias, es decir, si los contribuyentes están pagando bien sus impuestos.

A nivel Institucional estas auditorías son realizadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT), etc.

A nivel personal pueden ser realizadas por un Licenciado en Contaduría, un Licenciado en Administración, un Licenciado en Administración Pública y un Licenciado en Derecho.

Estas auditorías están reglamentadas por el Código Fiscal de la Federación y su Reglamento (Título Tercero, artículos 33° al 69°).

Cuando las ejecuta la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), la auditoría tiene tres etapas:

- 1) Selección nacional de los contribuyentes por la Administración General de Auditoría Fiscal Federal (AGAFF).

- 2) Investigación Inicial.
 - a) Programación
 - b) Fiscalización
 - c) Liquidación

- 3) Orden de Visita domiciliaria. Puede ser directa o a renglón específico o integral, o de escritorio, verificación de datos de terceras personas.

Concluyen con el **acta final de auditoría**, de la que resulta una liquidación en donde se establece el crédito fiscal que se integra de omisiones, multa, recargos, actualización y gastos de ejecución. Algunos auditores denominan a este documento como última acta parcial.

Auditoría de Estados Financieros

Esta auditoría tiene como objeto que los contribuyentes ya sean personas físicas o morales, cuenten con un documento formal emitido por un Contador Público Registrado (CPR), en donde se mencionen las condiciones en las que se encuentran las cifras contenidas en los estados financieros.

La definición oficial es la siguiente: “Es el examen de los estados financieros de una entidad con objeto de que el Contador Público Independiente emita una opinión profesional respecto a si dichos estados presentan la situación financiera, los resultados de las operaciones, las variaciones en el capital contable y los cambios en la situación financiera de una entidad de acuerdo con las Normas de Información financiera emitidas por el CINIF.

La realiza un Contador Público Registrado (CPR) por lo que el campo exclusivo de aplicación le corresponde a un Licenciado en Contaduría o Contador Público, quién puede prestar el servicio de manera independiente, a título personal o a través de una firma de servicios profesionales.

Se realiza a través de un proceso de planeación de la auditoría, el cual se programa, ejecuta, supervisa, etc; hasta llegar a la obtención de diferentes resultados y consta de tres fases:

- 1) Preliminar
- 2) Auditoría Previa
- 3) Fase Final o Terminal

Concluye con un **dictamen** en el que se asienta la opinión del experto, por un lado se incluye el aspecto fiscal para la autoridad (SHCP, IMSS, INFONAVIT) y por otro se le da un enfoque financiero para la empresa a través de la presentación del informe largo, con el

fin de proporcionarle al empresario el detalle de las observaciones y sugerencias sobre los resultados de la auditoría practicada.

Auditoría Operacional

El propósito de esta auditoría es la búsqueda sistemática de la eficiencia. Se realiza cuando se presenta una problemática que ponga en riesgo a la empresa, entonces es necesario darle un tratamiento especial a la empresa, funciona en dos niveles:

- 1) Preventivo
- 2) Correctivo

La realizan solo expertos, personas con conocimiento de frontera, (Licenciado en Contaduría, Licenciado en Administración, Ingeniero, etc.) con posgrado. Los llamados consultores.

Se realiza de una manera muy especial. Son Trabajos creativos e innovadores. Se dividen en dos apartados:

- 1) Estudios de congruencia interna.
- 2) Estudios de congruencia externa.

Concluye con un documento denominado: “**prospectiva**”, que es un proyecto de acciones manejado cronológicamente, que muestra de manera numérica a través de los resultados, como se encontrará en el futuro la empresa.

Auditoría Administrativa

Esta auditoría tiene como objeto verificar el marco legal y organizacional para que la empresa sea exitosa. Es recomendable que una vez que se realiza, sea anualmente.

Los abogados, tienen mejor perfil para realizar la auditoría administrativa, en la parte jurídica, mientras que los administradores tienen la mejor formación para la parte organizacional.

Es conveniente partir de una investigación documental de las condiciones del entorno jurídico de la organización mediante el análisis del acta constitutiva, así como verificar las características de la organización a través del análisis de los manuales (Organización y Procedimientos), así como políticas de la empresa. Cuando una organización carece de estos documentos, como parte de los trabajos de auditoría, habría que elaborarlos.

Concluye con un informe a través del cual el abogado hace un diagnóstico mediante una lista de las irregularidades legales. El administrador diseña o implementa los manuales de la empresa (Organización y Procedimientos) y si ya existen, los actualiza.

Auditoría Gubernamental

Tiene como propósito verificar que los recursos con los que cuenta el Estado (Humanos, Financieros y Materiales) sean administrados en apego de políticas de austeridad, racionalidad y disciplina presupuestal y con sujeción a la normatividad que resulte aplicable.

La auditoría gubernamental comprende el examen de las operaciones, cualquiera que sea su naturaleza, de las dependencias y entidades de la administración pública, ya sea federal, estatal o municipal, con el objeto de opinar si los estados financieros presentan razonablemente la situación financiera, si los objetivos y metas efectivamente han sido alcanzados, si los recursos han sido administrados de manera eficiente y si se ha cumplido con las disposiciones legales aplicables¹.

La Auditoría Gubernamental tiene cobertura federal, estatal y municipal, parte de un programa de actividades anualizado en él se define que dependencias, organismos y municipios van a revisarse.

Esta Auditoría se desarrolla a nivel:

- 1) Preventivo
- 2) Correctivo

Auditorías Preventivas. Se orientan a prevenir, se analizan los procedimientos empleados en la operación. Su propósito es aumentar la eficiencia y eficacia de la administración y administración de los recursos públicos (financieros, materiales y humanos).

Auditorías Correctivas. Se orientan a revisar y evaluar los hechos ocurridos, con el objeto de implantar soluciones y definir si existe o no daño patrimonial al erario público.

¹ Conoce las Auditoría, Juan Ramón Santillana González IMCP.

La realiza la Secretaría de la Función Pública, la Auditoría Superior de la Federación, apoyadas por la Contralorías de los Gobiernos Estatales y Municipales, los Órganos de Fiscalización Superior de los Estados y las Firmas de Contadores Públicos Independientes.

La normatividad sustantiva que se deberá conocer comprende entre otra:

- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, Estatal y Municipal.
- Ley General de Contabilidad Gubernamental (LGCG).
- Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria
- Ley de Presupuesto Contabilidad y Gasto Público Estatal. (Transición a la Armonización Contable).
- Normas y Lineamientos de Auditoria Gubernamental.
- Políticas de Austeridad, Racionalidad y Disciplina Presupuestal.
- Legislación específica de la dependencia a revisar (Decretos de creación, Acuerdos de Coordinación, Anexos de Ejecución, Anexos Técnicos, Convenios de Reasignación de Recursos, Reglas de Operación, etc.).
- Leyes de Responsabilidades de los Servidores Públicos (Federal y Estatal).
- Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas.
- Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.
- Ley de Ingresos
- Presupuesto de Egresos
- Código de Ética, Principios y Valores

El punto de partida de la Auditoría Gubernamental es el techo financiero autorizado a la Dependencia o Entidad, la administración de los recursos asignados de acuerdo al Clasificador por Objeto del Gasto y el documento de atención y seguimiento de las observaciones Relevantes y recomendaciones del ejercicio anterior.

La auditoría gubernamental se realiza con base en las Normas Generales de Auditoría Pública y Lineamientos de la Auditoría Gubernamental.

Una vez concluida la auditoría se formaliza el acta de cierre de auditoría y las cédulas de observaciones en las que se precisan en que consiste la irregularidad, el monto al que asciende dicha irregularidad, la normatividad infringida, el periodo al que corresponde, la dependencia responsable de su atención, el nombre y firma del servidor público responsable, las medidas correctivas y preventivas propuestas, y la fecha compromiso para su atención.

Concluye con el **Informe de Auditoría y/o Resultados**, el cuál deberá señalar los antecedentes de la auditoría, el alcance de la auditoría, los trabajos realizados, los procedimientos y técnicas de auditoría aplicados, las irregularidades detectadas, así como las conclusiones y recomendaciones convenientes.

En el caso de que se detecten hechos que en opinión del auditor sean constitutivos de presunta responsabilidad, se procede a elaborar el Informe de Presunta Responsabilidad.

El Informe de Presunta Responsabilidad deberá contener los elementos indispensables para dar vista a las autoridades competentes y éstas puedan, conforme a sus facultades, tramitar y resolver lo conducente, contando con la evidencia documental que soporte la posible irregularidad detectada.

El informe deberá ser claro, preciso, conciso, cronológico y congruente, de tal forma que los hechos queden debidamente narrados y soportados con la evidencia documental que los acredite.

Viloria Norka: (2004) plantea la realización de la auditoría desde un enfoque holístico; es decir el análisis de la organización como un todo y no en partes, la relación con el entorno y sus miembros, los factores externos e internos; mediante la utilización de técnicas como el Modelo de Porter o modelo de las cinco fuerzas, consistente en el análisis de factores externos, a través de grupos estratégicos y el análisis financiero, a través de un exhaustivo estudio al sistema de control interno, permiten detectar las debilidades que puedan alterar el futuro organizacional así como el conocimiento sistemático de la organización, sin embargo, los resultados de estas auditorías tienen opiniones a favor y en contra; ya que puede confundirse con una auditoría integral; su realización se basa en el estudio del control interno administrativo y contable, analiza a la organización y sus constantes cambios para corregir los problemas de fondo, lo cual no se consigue con una auditoría integral.

Concepto universal de auditoría

Es el examen crítico que realiza un licenciado en contaduría o contador público independiente, de los libros y registros de una entidad, basado en técnicas específicas con la finalidad de opinar sobre la razonabilidad de la información financiera.

El National Institute for Occupational Safety and Health de los Estados Unidos de Norteamérica (NIOSH) define a la „Organización saludable“, en inglés „Healthy

organization” como “aquellas cuya cultura, clima y prácticas crean un entorno que promueve la salud y el bienestar de sus empleados, así como la efectividad organizacional”.

En el documento emitido por la Organización Mundial de la Salud (2010) “Fundamentos de la OMS Para Entornos Laborales Saludables: Bases, Prácticas y Literatura de Apoyo” se enuncia esta frase emblemática: “*La prosperidad de los negocios se fundamenta mejor en la salud de los trabajadores*”.

Para tal efecto, retomamos la definición del término “salud” que al efecto emite la Organización Mundial de la Salud (OMS) (1978) como un estado completo de bienestar físico, psicológico y social, que va más allá de la mera ausencia de enfermedad o afecciones.

(Díaz *et al.*, 2012), se revalida el concepto del término “Organización Saludable” como “aquella que permite la promoción y mantenimiento del más alto grado de bienestar físico, mental y social de las personas que la integran”.

Otros autores como Gimeno, *et al.*, 2008 plantean las siguientes dimensiones claves para una organización saludable: Una vertiente externa, perspectiva abierta, relacionada con la organización y su entorno; y otra interna, perspectiva cerrada, relacionada con sus miembros. Así mismo, propone un modelo de evaluación (***Cuestionario de Salud Organizacional***) que permita reconocer a una empresa responsable en materia de seguridad y salud laboral, desarrollado a través de un sistema de indicadores implementados en los paradigmas de Seguridad Social en el Trabajo, Calidad de Vida Laboral y Empresa Socialmente Responsables, a partir de diez dimensiones teóricas que deben observar las organizaciones saludables:

- 1) Seguridad en el empleo.
- 2) Igualdad y no discriminación.
- 3) Formación y empleabilidad.
- 4) Participación en la organización del trabajo.
- 5) Condiciones saludables y de seguridad.
- 6) Fortaleza competitiva.
- 7) Reconocimiento y recompensa.
- 8) Autonomía y responsabilidad.
- 9) Identidad y lealtad.
- 10) Implicación y motivación.

De igual forma, algunos planteamientos sugieren que una organización saludable se basa en la Calidad de Vida Laboral vista como una forma diferente de ambiente dentro de las organizaciones, que se enfoca hacia el desarrollo y crecimiento sano del trabajador, en combinación con el incremento de la eficiencia organizacional.

Por otra parte, el Libro Verde de la Comisión (2001) plantea el concepto de Empresa Socialmente Responsable como la organización que más allá de cumplir con sus obligaciones jurídicas tiene como objetivo mejorar la calidad del trabajo.

Resulta aplicable también lo señalado por la Comisión de las Comunidades Europeas (2000) respecto a que la “calidad del trabajo significa mejores puestos de trabajo y medios más equilibrados para conciliar la vida profesional con la vida privada. Todo ello va en beneficio de las personas, la economía y la sociedad. Para ello son necesarias mejores

políticas de empleo, una remuneración equitativa y una organización del trabajo adaptada a las necesidades de las empresas y de las personas. La calidad se basa en altas cualificaciones, normas de trabajo equitativas y niveles correctos de salud y seguridad en el trabajo y pasa también por facilitar la movilidad profesional y geográfica”.

Desde el punto de vista económico – financiero, una empresa goza de buena salud, cuando no sufre crisis a nivel global, parcial, o sectorial, en sus circuitos de movimientos y estockajes dinerarios (Martínez y Martínez, 2007: 20-21). Desde la perspectiva de la salud de las personas, una empresa es sana, socialmente hablando, cuando su organización se manifiesta de forma transparente, cuando a pesar de existir desacuerdos entre el personal, por encima de todo se actúa con honestidad, se estimula en ella la verdad, las personas son respetadas y el jefe inspira confianza.

Con la evolución de la Medicina, de la Economía, de la Sociología, de la Psicología, y otras disciplinas, incluidas las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's), se han conformado distintos contextos de sistemas de la salud. En Martínez y Martínez, (2007) se relacionan 4 modelos de la salud: el Biomédico, el Salutogénico, el Laico, y el Sistémico de exigencias y recursos.

El modelo salutogénico también conocido como modelo biopsicosocial, del proceso salud-enfermedad, utiliza los conocimientos crecientes de factores psicológicos y sociales asociados a este proceso, el cual se combina con los conceptos de calidad de vida y

bienestar, que pasa a un primer plano ante el fracaso de los sistemas sanitarios basados en el modelo Biomédico.

Para Esteban (en de Quiroga, 2006: 80-81), las técnicas biológicas de las que nace la biomedicina son la base para una nueva generación de economías basadas en el conocimiento con un elevado potencial para mejorar la calidad de vida de las personas.

Por otra parte, la Ergonomía tiene que conjugar el aumento del confort y el bienestar de los trabajadores, a cambio de la productividad y el aseguramiento de las condiciones que favorezcan un trabajo de calidad (<http://www.ist.cl/ergonomia.asp>). En este contexto, se ha comprobado mediante diversos estudios de campo a través de la aplicación de programas ergonómicos preventivos, una notable reducción de lesiones y consecuentemente una reducción de costos asociados para las corporaciones.

En lo referente a la economía asociada a la salud, en un entorno macroeconómico, se busca un equilibrio entre el bienestar de la población y la estabilidad financiera y el crecimiento económico continuo, mientras que desde la perspectiva microeconómica, la empresa asocia la salud a la productividad y rentabilidad de la misma, lo que se traduce como organizaciones saludables.

Un Modelo de Salud de Empresa contempla la prevención de los riesgos de salud física, psicosocial y estrés, y da especial atención a la problemática relacionada con ausentismo en el trabajo.

Resalta el estudio realizado por Martínez Tapia, cuyo propósito es analizar el tema de la Salud Pública en el trabajo para demostrar, que colocar a la salud entre los objetivos estratégicos de la empresa tiene sus evidentes ventajas. Para ello, propone la aplicación del modelo de Badura, en virtud de que se basa en la dirección participativa de la empresa en lo

que se refiere a la salud, en la confianza del personal, en un sistema de intercomunicación entre las personas, que proporciona bienestar, es decir, influye en todos los procesos en los que intervienen el capital social (CS), el capital humano (CH) y el capital material (CM), para alcanzar el resultado de la empresa (objetivos económicos y sociales).

Por otra parte, *Zardet* y *Krief* investigadoras de la Universidad de Lumière, Lyon, proponen un Modelo de Diagnóstico Socioeconómico que mide el impacto cualitativo y cuantitativo de las disfunciones detectadas en una empresa para reducir los disfuncionamientos y sus consecuencias financieras (costos ocultos).

Moreno et al., 2008, propone desarrollar un modelo de estudio e intervención en las organizaciones con enfoque interdisciplinario, para mejorar las condiciones de salud de sus miembros e impactar en la gestión al contribuir al buen desempeño de las personas dentro de las organizaciones y reducir la baja productividad, así como los costos ocultos.

Metodología

El trabajo se desarrollará mediante una investigación aplicada cuyo objetivo será brindar una propuesta de solución tendiente a reorganizar las estructuras organizacionales de la empresa; de tipo cuantitativa-cualitativa, en virtud de que se manejarán características cualitativas y numéricas; documental y de campo, pues se requiere de diversa bibliografía y se probará el proyecto en una empresa; de corte exploratorio, toda vez que se profundizará en el estudio de algunos componentes y/o variables; no experimental, toda vez que no se manipularán variables; de tipo transversal, en virtud de que el proyecto se ajustará a un año

y de corte muestral, toda vez que para el estudio de caso se elegirá una mediana empresa, ubicada en el Municipio de Pachuca de Soto, Hidalgo.

Para el desarrollo de los trabajos de investigación se pretende aplicar una metodología de intervención basada en el modelo de HORIVERT consistente en aprovechar las técnicas del modelo socioeconómico, con la aplicación de los principios de “organización saludable”, bajo el siguiente contexto:

Los Principios de “organización saludable” del modelo de estudio e intervención que se propone, se dividen en dos partes:

- 1) Componente Salud, cuyo estudio se enfocará a la parte física, mental, emocional y espiritual de los empleados de la empresa.
- 2) Componente Empresa, que se refiere al análisis de la parte organizacional, productividad, rentabilidad y cultura de la empresa.

Las Técnicas de Investigación a utilizar propuestas en el modelo socioeconómico son las siguientes:

- 1) Aplicación de entrevistas estructuradas y dirigidas.
- 2) Análisis de documentos e información proporcionada por la empresa como: manuales de organización, organigramas y estados financieros.
- 3) Observación directa de las operaciones e instalaciones.
- 4) Elaboración de un diagnóstico cualitativo y cuantitativo de los disfuncionamientos.

Al respecto, se considerarán los seis temas de disfuncionamientos propuestos en el modelo socioeconómico de HORIVERT (condiciones de trabajo, organización del

trabajo, comunicación-coordinación-concertación, gestión del tiempo, formación integrada e implementación estratégica). Así mismo, se procederá a determinar la frecuencia con que se presentan dichos disfuncionamientos, así como sus causas y efectos. Por último, se efectuará un cálculo de los costos ocultos.

- 5) Diagnóstico financiero de la rentabilidad de la empresa intervenida.
- 6) Análisis de las estructuras organizacionales, bajo la clasificación propuesta en el modelo de HORIVERT (Comunicación, Coordinación y Concertación, y Organización del Trabajo).

Bibliografía Base

AMAT, O.; MOYA, S. Y BLAKE, J. (1997): La Contabilidad Creativa. Partida Doble, n°.79, pp.24-32.

BIEDMA, E.; RUÍZ, M.; LÓPEZ. F.; JARA, M. (2005): “Factores determinantes de la independencia de la comisión de auditoría en las empresas españolas”, pp. 6 – 41

ESTUDIO DE LOS COMPONENTES BÁSICOS EN EL CONCEPTO DE EMPRESAS SANAS EN LAS PYMES Dr. Jorge Arce Vargas; MAF. Teresa de Jesús Vargas Vega

CÓDIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN

Compendio de Leyes y Reglamentos y Resoluciones Fiscales, Vigentes.

Normas y Procedimientos de Auditoría y Normas para Atestiguar 30ª Edición.

Instituto Mexicano De Contadores Públicos. (IMCP).

DÍAZ Pérez Luis Enrique, ARCE Jorge Vargas, BARRERA Rosario Gálvez LA SALUD: ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA MEJORAR LA EFECTIVIDAD

ORGANIZACIONAL

EVALUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES SALUDABLES. Miguel Ángel Gimeno Navarro

GIMENO Miguel Ángel Navarro, PINAZO Daniel Calatayud, GARCÍA Tomás Perdiguero
EVALUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES SALUDABLES. UNA PROPUESTA METODOLÓGICA,

GÓMEZ Morfin Joaquin, Introducción de Estados Financieros, Editorial Mc Graw Hill

TELLEZ Trejo Benjamin R., El Dictamen en la Contaduría Pública, Editorial ECAFSA,
Tomo I y Tomo II

VANDER, H.; WILLEKENS, M.; GAEREMYNCK, A. (2003): “Audit firm size, public ownership, and firms’ discretionary accruals management”, The International Journal of Accounting 38, pp. 1 – 22

Las ventajas del arrendamiento para la Pyme.

Mtra. Margarita González Cano
Instituto de Ciencias Económico Administrativas –UAEH
mgcano@hotmail.com
7172000 ext. 4131

Mtra. Flor de María Mendoza Austria
Instituto de Ciencias Económico Administrativas –UAEH
flormaustria@hotmail.com
7172000 ext. 4131

Colaboración de:
Abraham Ortiz Martínez.
Alumno de Licenciatura en Contaduría.
aortmart@hotmail.com

Resumen

La difícil situación económica que viven las Pymes de todo los sectores, hacen que les sea difícil adquirir activos fijos y por otro lado, está la falta de acceso a fuentes de financiamiento como son préstamos bancarios para poder comprarlos. Por ello. tienen que buscar otras alternativas, siendo el arrendamiento una fuente importante para ellas. El arrendamiento operativo es el contrato que más utilizan.

En este trabajo se da a conocer las características del arrendamiento capitalizable de acuerdo a la NIF D-5, también conocido como financiero desde el punto de vista jurídico y fiscal. Asimismo se muestran resultados de una prueba piloto, sobre el grado de conocimiento que tienen las Pymes establecidas en Pachuca, sobre el arrendamiento financiero.

Palabras clave: Arrendamiento, NIF D5, PYMES

Introducción.

La importancia que tienen las Pymes en el país, no solo se debe al porcentaje que representan del total de las empresas (91% micro empresa, pequeña 6%, mediana 2% y grande 1%), sino por el impacto que tienen en cifras como generación de empleos y aportación al PIB. El INEGI menciona que las MIPYMES dan empleo a 15.6 millones de personas quienes representan 38.7% de la población ocupada.

No obstante lo anterior, las Mipymes son sujetas de compleja problemática que repercute en su corta duración. El Centro de Documentación e Información (CEDI) “Jesús Silva Herzog” de la UNAM², menciona que las Pymes sobreviven entre 12 a 24 meses, siendo las Pymes manufactureras las que más vida tienen, una década; en rubros como construcción son tres años, y en servicios de 1.5 a dos años. Esto mismo hace que tengan poco acceso a fuentes de financiamiento ya que las consideran empresas riesgosas, pero a la vez, la empresa al no tener recursos económicos, no puede adquirir bienes que hagan crecer su negocio o simplemente les ayude a permanecer.

El presente trabajo, hace referencia al arrendamiento capitalizable como una fuente de financiamiento para las Pymes (término que abarca a las micro, pequeñas y medianas empresas), indicando sus características y ventajas que tiene para estas empresas.

Descripción del problema.

² Nota consultada en http://biblioteca.iiec.unam.mx/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=15629

El término Pyme se utiliza para hacer referencia a las micro, pequeñas y medianas empresas, las cuáles en nuestro país se clasifican de esa manera principalmente bajo dos criterios que son el nivel de ventas y el número de empleados que tienen. En el presente trabajo, se utiliza el criterio de número de empleados como se muestra en el cuadro No. 1

Cuadro 1. Tamaño de la empresa por número de empleados

Sector / Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Microempresa	0 - 10	0 - 10	0 - 10
Pequeña Empresa	11 - 50	11 - 30	11 - 50
Mediana Empresa	51 - 250	31 - 100	51 - 100
Gran Empresa	251 o más	101 o más	101 o más

Fuente: INEGI Censos Económicos 2009

Las micro y pequeñas empresas del sector comercio y servicios, son las que tienen mayor número de unidades económicas (52.6% y 33.2% respectivamente) y esto se debe al bajo nivel de habilidades y calificación del empresario (Mendoza, 2014).

Las Pymes tienen muy poca duración, logran sobrevivir entre 12 a 24 meses, debido a una serie de problemas que les aquejan como los que observa el Banco Mundial (2007)

- Falta de acceso al financiamiento
- Falta de asesoría empresarial,
- Deficiente administración y recursos humanos no calificados,
- Ignorancia de oportunidades de mercado y desconocimiento de nuevas tecnologías,

- Mala organización que deriva en una producción de baja calidad

Los problemas mencionados, no se dan de forma aislada, sino están entrelazados, originándose círculos perversos, lo cual hace más compleja la situación que enfrentan las Pymes, que se manifiestan en pérdida de competitividad, y en el cierre de las mismas.

Por ejemplo, las Pymes tienen poco acceso a fuentes de financiamiento, debido a su riesgo y poca duración, pero a la vez, las Pymes sobreviven poco por la falta de financiamiento. .

La falta de recursos económicos, también impide que se cuente con asesoría empresarial, y la falta de asesoría empresarial, impide conocer alternativas de financiamiento, entre las que se encuentra el arrendamiento capitalizable, el cual es un instrumento que puede aportar beneficios económicos a las empresas, sin embargo, las Pymes no conocen qué es, ni como opera, ni mucho menos en qué les puede beneficiar, siendo entonces, el tema de esta ponencia.

Objetivo General.

El principal objetivo de esta investigación es el de explicar la importancia que tiene el arrendamiento capitalizable para las PYMES, para que haya un mayor aprovechamiento de este instrumento.

Objetivos Específicos.

- Explicar los distintos tipos de arrendamiento de acuerdo a la NIF D-5

- Explorar el nivel de conocimiento y utilización del arrendamiento capitalizable en algunos sectores de la ciudad de Pachuca, Hgo.

Justificación e importancia de la investigación.

Ante la serie de dificultades que debe enfrentar un micro o pequeño empresario para dar continuidad a su negocio y hacerlo crecer, resulta necesario buscar alternativas que le permita renovar sus activos, mejorar tecnológicamente, ser productivos y competitivos, máxime cuando no se cuenta con recursos económicos suficientes para lograr tal fin.

El presente trabajo, da cuenta de fuentes de financiamiento a las que puede recurrir el empresario entre las que se encuentra el arrendamiento capitalizable o también conocido como arrendamiento financiero, el cual les permite contar con activos modernos, sin tener que distraer grandes sumas de dinero, ni perder su liquidez.

La investigación se justifica en virtud de explicar la importancia que tiene el arrendamiento financiero, así como explorar cuál es la situación que hay en Pachuca, sobre el conocimiento y utilización de este instrumento.

Antecedentes.

León Tovar (1989) expone que algunos investigadores mencionan épocas remotas como referencias del arrendamiento financiero, sin embargo algunos señalan el siglo XX como la época en que realmente inicia esta figura. A continuación se presentan algunos datos:

En 1864, Gordon Mackey inventa en Estados Unidos, una máquina para coser suelas de zapatos y decide ponerla a disposición en el mercado, sobre la base del arrendamiento.

En la década 1940-1950 hubo varios contratos *leasing*, entre ellos, la de United States Shoes Machinery Corporation cuando en 1945 alquiló sus máquinas a los comerciantes de zapatos, quedando como propietaria y los arrendatarios podían obtener un nuevo equipo suscribiendo un contrato nuevo si el material quedaba anticuado o si el primer contrato había finalizado.

International Business Machine (IBM) fue otra empresa que fungió como arrendadora de manera similar a United States Shoes Machinery Co.

Allied Stores Corporation vendió sus inmuebles a una fundación universitaria y de inmediato suscribe un contrato de arrendamiento sobre esas propiedades para garantizar su utilización en un plazo de treinta años, con opción de renovarlo con igual término pero por un alquiler menor al del período inicial, logrando así la empresa, hacer líquidos sus capitales inmovilizados

1952 es la fecha reconocida como el antecedente del arrendamiento financiero, cuando el Sr. Boothe director de una fábrica de productos alimenticios, requirió de alquilar equipo para fabricar los productos, ya que tuvo que cumplir con un gran pedido de alimentos para la Marina de Estados Unidos Por los resultados obtenidos, el señor Boothe crea la United State Leasing Corporation con ayuda del Bank de América , siendo el objetivo de esta

empresa dar bienes en arrendamiento financiero. Después creó otra sociedad que denominó Boothe Leasing Corporation

Es entonces la década de los cincuenta y sesenta, el auge del arrendamiento financiero, ya que posterior a la United State Leasing Corporation, en Estados Unidos se crearon más arrendadoras con participación en su mayoría de bancos, compañías de seguros, sociedades financieras de ventas a plazos y esto se a que se consideró como una mejor opción que la compra venta, porque de acuerdo a León (1989), las empresas tenían dificultad de contar con crédito bancario, y aunque había prosperidad en la economía y gozaban de beneficios sustanciales, estaban obligadas a una renovación acelerada de sus bienes y equipos, por el aumento de la competencia, de los costos de capital así como por la velocidad del progreso científico y la innovación tecnológica.

Otros datos que ofrece León (1989) y que indican cómo fue incrementándose la utilización del arrendamiento financiero, es el importe de bienes financiados en arrendamiento. Por ejemplo en 1955 el importe fue de \$100 millones de dólares, luego \$350 millones de dólares en 1967, y para 1970 el importe de bienes arrendados era de \$600 millones de dólares.

Estados Unidos se considera el país pionero en el uso del arrendamiento financiero, y continuaron varios países Europeos que se mencionan en el cuadro 2:

Cuadro 2: El arrendamiento financiero en Europa.

PAISES	SUCESO.
--------	---------

Gran Bretaña	En 1960 inicia el arrendamiento con empresas fabricantes de máquinas electrónicas para el tratamiento de la información. Luego se crea una filial de United States Leasing Corporation, 1961 se crea arrendadora ELCO , Mercantil Credit Ltd., Astley International Trust, Industrial Leasing and Financed Ltd.
Francia	En 1962 se crea Locafrance por un grupo de bancos y aseguradoras.
Bélgica	En 1963 se crea Locabel.
Italia	En 1961 el arrendamiento se practica gracias a que operan las empresas filiales de Estados Unidos como American Industrial Leasing. En 1963 se funda en Roma la empresa Locatrice Italiana.
España	En 1963 se crea Alequinsa y en 1965 Alquíber.

Elaboración propia con base en León (1989)

En el siguiente cuadro (3) se hace mención de lo que han sido los antecedentes del arrendamiento financiero en México.

Cuadro 3. Arrendamiento Financiero en México.

AÑO	SUCESO
1961	<p>La primer empresa fue Interamericana de Arrendamientos S.A (después cambió de nombre por Arrendadora Serfín.</p> <p>Surgen otras empresas como Arrendadora Banamex, Arrendadora Cremi, Bancreser, Arrendadora Internacional, Prorents, Impulsora de Equipo de Oficinas, todas ellas al amparo de instituciones bancarias. El objetivo de estas compañías era proporcionar asesoría financiera a través de arrendamiento a las empresas de capital limitado, o bien a compañías con solidez financiera, por lo que estas últimas aumentaban su liquidez y con estos sus actividades</p>
1969	<p>Monto de inversión total en contratos supera los cuatrocientos millones de pesos y se fue incrementando en los siguientes años.</p>
1966	<p>Surge la primera disposición normativa que hace referencia al A.F., y fue por efectos fiscales.</p>
1974	<p>Se reforma la LISR para plasmar el tratamiento fiscal aplicable a estas operaciones en virtud de la importancia que había cobrado el A.F., al grado que la mayoría de las instituciones de crédito controlaban una sociedad que efectuaba este tipo de contratos.</p>
1981	<p>Se introduce por primera vez en el Derecho Mexicano, el concepto de Arrendamiento Financiero, a partir de entonces el contrato de A.F., deja de ser un contrato atípico para sumarse a la lista de los habituales y nominados</p>

1982	La Secretaria de Hacienda y Crédito Público, a través de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, expidió una serie de normas y reglamentos tendientes a regular la actividad de las Arrendadoras Profesionales de Equipo, lo que provocó que las Arrendadoras fueran consideradas como Financieras de Equipo.
1983	Suspenden actividades una mayoría de empresas arrendadoras en virtud de los efectos derivados por la nacionalización de la banca.
1985	Repunte nuevamente de las empresas arrendadoras.

Fuente: Elaboración propia con base en León (1989) y Fernández (2012).

El arrendamiento.

Al hablar de arrendamiento es muy importante atender el enfoque sobre el cuál se esté utilizando, que puede ser jurídica, fiscal, contable, financiero. De manera general y basado principalmente en el marco jurídico, el arrendamiento se define como un acuerdo en el que el arrendador cede, permite, autoriza, al arrendatario el derecho a utilizar un activo durante un período de tiempo determinado a cambio de percibir una suma de dinero (ya sea en una sola exhibición o mediante pagos periódicos).

Arrendamiento puro y financiero

Desde el punto de vista fiscal, el arrendamiento se clasifica en puro y financiero. El arrendamiento puro es aquél contrato que establece un tiempo de renta de un bien mueble o inmueble y el pago de la renta se hace mensual, lo cual es un gasto para el arrendatario 100% deducible de impuestos. Al término del contrato, se finaliza la obligación y el

beneficio del contrato y el arrendatario tiene que devolver el bien. Especialistas fiscales señalan al arrendamiento puro como ideal para personas físicas con actividad empresarial y/o profesional, así como también para empresas pequeñas o grandes, cuyo objetivo principal sea reducir su carga fiscal¹

En el arrendamiento financiero, también el arrendador otorga al arrendatario el derecho de usar los bienes muebles e inmuebles a cambio de una renta, pero en este caso los pagos se consideran como a cuenta del precio del bien porque al final del contrato se fija un precio simbólico sobre el bien, para que el arrendatario pueda quedarse con él, o bien ejercer otras opciones como son: prorrogar el plazo con rentas inferiores, o bien, participar con la arrendadora en la venta del bien a una tercera persona, siempre y cuando cumpla con los términos y condiciones del contrato

Con la finalidad de poder mostrar los aspectos sobresalientes de cada tipo de arrendamiento, se presenta el siguiente cuadro (4):

Cuadro 4. Características del arrendamiento puro y financiero.

ARRENDAMIENTO PURO	ARRENDAMIENTO FINANCIERO
Se entregan bienes del activo fijo para que un tercero haga uso de ellos	
No se busca transferir la propiedad en ningún momento	Al término del contrato, se transfiere la propiedad al arrendatario o a un tercero
Se pactan rentas periódicas en pago del uso que se hace del bien, sin incluir intereses	Se pactan rentas periódicas en las que se incluyen capital e intereses y, en algunos

implícitamente	casos, gastos de mantenimiento y otras partidas
Pueden ser bienes depreciables, o no, los involucrados en el contrato.	Por lo general, son bienes susceptibles de depreciación, y terrenos, los que se incluyen en este tipo de contratos.
El arrendatario tiene los beneficios fiscales y contables del activo, como la depreciación en función del tipo de activo. Además deduce 100% de los intereses pagados como gasto financiero. El IVA total del activo se paga durante todo el plazo del arrendamiento, conforme se devengan las rentas. El arrendatario puede deducir los gastos referentes a los activos arrendados (mantenimiento, refacciones, servicios, gasolina, seguros, etcétera).	Para el arrendatario, las rentas son 100% deducibles fiscalmente; disminuye gastos de mantenimiento de activos obsoletos.
Se crea una fuente de financiamiento para el arrendatario, ya que sustituye la contratación de otros pasivos para la adquisición de equipo.	Es una fuente de financiamiento, ya que evita que los arrendatarios inviertan en la adquisición de inmuebles, u otros activos fijos asignando esos recursos a otras necesidades.
Se pactan en el contrato tres opciones para al arrendatario al finalizar la vigencia inicial	No se pacta opción alguna en ningún momento, dentro del cuerpo del contrato

de la operación	
Las arrendadoras puras son sociedades mercantiles no reguladas y no forman parte del SFM	Las arrendadoras financieras son organizaciones auxiliares de crédito que forman parte del SFM, así como las Sociedades financieras de objeto múltiple (Sofomes) reguladas.

Elaboración propia, con base en Levy (2003) y página Web de Amsofac.

Como se observa, el único punto coincidente entre ambos tipos de arrendamiento es la existencia de un arrendador y un arrendatario. Levy (2003) señala que se debe tener cuidado en confusiones que luego existen sobre el puro y el financiero en virtud que hay empresas que ofrecen Arrendamiento puro con opción de compra, lo cual es incorrecto, pues el único contrato de arrendamiento con opción de compra es el financiero.

Arrendamiento capitalizable y operativo.

Desde el punto de vista contable, la Norma de Información Financiera D5, define el arrendamiento como el convenio que otorga el derecho de usar bienes muebles e inmuebles, planta y/o equipo, a cambio de una renta. Y también señala dos tipos de arrendamiento: el capitalizable y el operativo.

El arrendamiento capitalizable es aquel que transfiere sustancialmente todos los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad de un activo. Independientemente de que se transfiera la propiedad o no. Generalmente estos contratos no son cancelables y aseguran para el arrendador la recuperación de su inversión de capital más un rendimiento.

Además de lo anterior, otras características que distinguen al arrendamiento capitalizable son:

El arrendatario tiene la opción de compra del activo a un precio que se espera sea suficientemente inferior a su valor razonable en el momento en que la opción se pueda ejercer, con razonable certeza que tal opción será ejercida.

Los pagos mínimos a valor presente, al inicio del arrendamiento, deben cubrir todo el valor razonable del activo objeto del arrendamiento.

El arrendatario puede cancelar el contrato de arrendamiento, asumiendo las pérdidas que esto ocasione al arrendador.

Las pérdidas o ganancias derivadas de las fluctuaciones en el valor razonable del valor residual del activo recaen sobre el arrendatario.

La posibilidad que tiene el arrendatario de prolongar durante un segundo período, con pagos por arrendamiento que son sustancialmente inferiores a los de mercado.

El arrendador debe cumplir estas otras condiciones para considerar el arrendamiento como capitalizable.

- a) El cobro de los pagos mínimos está asegurado razonablemente.
- b) No existen contingencias importantes respecto a los pagos no reembolsables en que incurrirá el arrendador. Una garantía más amplia de lo normal, en cuanto al

desempeño u obsolescencia del bien arrendado, puede ser una contingencia importante.

La NIF D-5 señala que todo aquél convenio distinto al capitalizable es arrendamiento operativo. Por consiguiente, en el arrendamiento operativo el registro contable es sencillo el importe de las rentas van directo al rubro de gastos del arrendatario. En el capitalizable, el arrendatario registra el bien arrendado en el balance, en el activo fijo.

Aspectos financieros.

Como ya se ha indicado, la falta de financiamiento es señalada como uno de los principales problemas de las Pymes, puesto que si se carece de recursos financieros, los empresarios no pueden hacer frente a las necesidades y expectativas del mercado. En México, el gobierno, las instituciones bancarias y las organizaciones auxiliares de crédito ofrecen diversas fuentes de financiamiento dirigidas a las Pymes, con la finalidad de que dichas empresas logren su desarrollo. Sin embargo, no todas estas alternativas son conocidas por ellas y por lo mismo no las utilizan como sucede con el arrendamiento financiero.

Los activos fijos son imprescindibles en cualquier empresa para la operación de sus actividades, los cuáles constantemente deben gozar de mantenimiento e incluso deben ser remplazados debido a las innovaciones tecnológicas. Es por ello, que si las Pymes no tienen recursos suficientes para llevar a cabo lo anterior, sus activos fijos van quedando obsoletos y con muchos problemas para la producción de bienes o servicios.

El financiamiento, es una salida para que las Pymes puedan contar con activos modernos y eficientes, pero existen diferencias entre la elección de un préstamo bancario y un arrendamiento financiero, como se aprecia en el cuadro 5:

Cuadro 5. Características del arrendamiento financiero y el crédito refaccionario

ARRENDAMIENTO FINANCIERO	CRÉDITO REFACCIONARIO
Se obtienen bienes del activo fijo para ser utilizados durante la vigencia del contrato y lograr su propiedad al ejercer la opción de compra al término del mismo	1. Se obtienen recursos financieros para adquirir bienes del activo fijo
Se pactan rentas periódicas en las que se incorpora el monto financiado, intereses, costos operativos de la arrendadora, así como la utilidad requerida.	2. Se pagan periódicamente capital e intereses para amortizar paulatinamente y durante la vigencia del crédito uno y otros, hasta su redención total.
Es un contrato irrevocable que al llegar a su término acaba con la relación entre ambos contratantes	3. Es un contrato que puede darse por terminado anticipadamente, si la suerte principal, así como los intereses devengados hasta ese momento, son prepagados.
Fiscalmente, se aplica un tratamiento específico de deducción y acumulación para el arrendatario y	4. Fiscalmente, se deducen los intereses del préstamo, más la depreciación, del bien adquirido.

para el arrendador, respectivamente.	
Existen tres opciones al final del plazo inicial forzoso del contrato	5. No existe opción alguna al término del plazo del contrato.
1. Como efecto de este contrato no se limitan otras fuentes de financiamiento, ya que los bienes arrendados son los únicos que quedan en garantía del contrato, pero se afecta el apalancamiento de la empresa	6. Como efecto de este financiamiento, generalmente se gravan bienes adicionales a los financiados, o toda la empresa, quedando esta imposibilitada para negociar otras fuentes de financiamiento a largo plazo. También se afecta la razón de endeudamiento de la empresa.

Fuente: Luis H. Levy (2003)

Ventajas del arrendamiento financiero:

Tanto el arrendamiento puro como el financiero tienen ventajas como desventajas, siendo importante que la empresa tome en consideración las mismas, al momento de decidir por alguna de estas alternativas.

Jean Paul Getty³, importante empresario petrolero, considerado la primera persona billonaria del mundo, es que se compre aquello que aumente de valor y se tome en arrendamiento lo que se devalúa.

³ Tomado de nota en <http://eleconomista.com.mx/finanzas-personales/2011/12/06/arrendamiento-puro-o-financiero>

Por ello, el arrendamiento se sugiere cuando la empresa necesita modernizar sus activos fijos constantemente y no quiere distraer su capital en este tipo de inversiones que se vuelven obsoletas al poco tiempo. Además de que puede deducir de su base gravable, la depreciación del bien, y los pagos que realiza.

En Estados Unidos, este instrumento sigue siendo muy utilizado en la industria, ya que cerca del 30% de bienes como inmuebles, vehículos y computadoras son adquiridos por contrato de arrendamiento.

Desarrollo.

Metodología.

El presente trabajo es una investigación documental ya que se acudió a fuentes como libros, tesis, revistas y páginas Web sobre lo que es el arrendamiento y los diferentes tipos que hay. Así también se trata de un trabajo exploratorio, descriptivo, en virtud de que no hay trabajos que den cuenta de cuál es la situación del arrendamiento financiero en Hidalgo, o en la ciudad de Pachuca.

Para ello se determinó realizar una encuesta con las empresas (Pymes) establecidas en Pachuca, de cualquier sector. Sobre esta población se determinará una muestra por sector y por tamaño. Cabe aclarar que esta ponencia, todavía no se determinó la muestra, y solo se aplicaron 15 cuestionarios para que se utilice como una prueba piloto.

Se aplicó un cuestionario a 15 empresas en la Ciudad de Pachuca, Hgo., la intención de este cuestionario fue utilizarlo como prueba piloto, para posteriormente ya tener un cuestionario definitivo y aplicarlo a la muestra.

El cuestionario incluye 13 preguntas, de las cuales tres fueron para identificar a la empresa en cuanto a tamaño y sector, así como persona que responde al cuestionario. Otras cinco preguntas van dirigidas a conocer los activos que ocupa, las condiciones en que se encuentran, si los activos son propios o los renta, el costo del mantenimiento de estos activos y si son activos que necesitan estar renovándose con frecuencia. Las últimas cinco preguntas fueron en relación al tipo de arrendamiento que la empresa utiliza, al conocimiento del arrendamiento financiero, a su utilización y ventajas que haya tenido este tipo de contrato, así como la necesidad de conocer el arrendamiento financiero.

Resultados.

Dentro de los objetivos específicos del trabajo, es hacer una exploración de qué tan conocido y utilizado es el arrendamiento financiero, mostrando a continuación los resultados obtenidos del cuestionario piloto, que aunque son pocos, arrojan datos interesantes.

Los 15 cuestionarios se aplicaron a 4 empresas del sector comercial (27%) , 4 del sector productor (26%) y 7 de servicios (47%).

En cuanto a tamaño 7 son micro (47%), 6 son pequeñas (40%) y 2 medianas (13%).

73% de las empresas encuestadas señalan que los activos que utiliza son propios y 27% menciona que los renta.

Respecto a las condiciones en que se encuentran los activos de las empresas encuestadas, 7% indica que sus activos fijos son nuevos, 73% seminuevos y 20% dicen que sus activos están deteriorados. Cabe aclarar que los que rentan activos fijos, tienen activos nuevos o seminuevos. Y los que tienen activos propios, las condiciones en que están son seminuevos y deteriorados.

El tipo de bienes, que han sido arrendados son fotocopiadoras, maquinaria y locales. Siendo generalmente el tipo de arrendamiento utilizado y conocido el arrendamiento operativo. 40% de las empresas menciona conocer el arrendamiento financiero, pero solo el 20% lo ha utilizado (dos empresas lo utilizaron como arrendatarios y una como arrendadora).

Las empresas arrendatarias mencionaron como principal ventaja el no haber tenido que desembolsar todo el recurso económico para contar con activos fijos, y como desventaja el plazo forzoso. Para el arrendador, la ventaja que menciona, es que estos contratos le reditúan ganancias pero tiene que invertir en mantenimiento de los bienes que otorga en arrendamiento.

Conclusiones.

No es posible hacer una generalización de cuánto es el nivel de conocimiento en las Pymes sobre el arrendamiento financiero, en virtud de no tener una muestra significativa de ellas. “En una época como la que vive el país, es de gran importancia tomar en consideración las fuentes de recursos disponibles y tener herramientas suficientes para evaluarlas e incorporar

con el conocimiento del medio ambiente y de la propia realidad de la empresa, el análisis cualitativo de las opciones más viables que existen en el mercado”, Fernández (2012).

Pero de acuerdo a los datos obtenidos se puede observar que aún las empresas son dadas a adquirir sus activos fijos, y solo rentan lo indispensable. En cuanto al arrendamiento financiero se puede observar que aunque algunos lo conocen, no se han atrevido a utilizarlo o no lo han necesitado ya que los que han utilizado el arrendamiento financiero es porque son activos costosos que utilizan las empresas del ramo de la construcción y al no poder adquirirlas de inmediato, recurren al arrendamiento financiero.

Es necesario que el estudio se realice a más empresas que han utilizado el arrendamiento financiero para conocer si efectivamente este instrumento les resulta benéfico, financieramente hablando.

Bibliografía.

- AMSOFAC (2011). El arrendamiento Financiero y puro como alternativas de equipamiento para las empresas. Consultado en www.info-finanzas.com/upload/CyT/AMSOFAC-2011.pdf
- CINIF. Normas de Información Financiera 2014. México. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- FERNANDEZ, M. (2012), Importancia del arrendamiento financiero en un entorno empresarial. Tesina. Universidad Veracruzana. México.
- INEGI. Censos Económicos 2009 consultada en http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf
- LEÓN, S (1989). El arrendamiento financiero (leasing) en el derecho mexicano. Una opción para el desarrollo. Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM. México. Consultado en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=872>
- LEVY, L. (2003). El Arrendamiento Financiero. Sus repercusiones fiscales y financieras, ISEF. MÉXICO.
- MENDOZA, S. (2014). Supervivencia de la Micro, Pequeña y Mediana empresa (Mipyme). CESUN Universidad. Tijuana, Baja California. Consultado en <http://www2.cesun.edu.mx/wp-content/uploads/2014/04/Supervivencia-de-la-Micro-Sergio-Mendoza-1.pdf>
- WORLD BANK (2007). Evaluating Mexico's SMEs Programs.

Crecimiento y riesgo operativo en microempresas manufactureras desde la perspectiva de la gestión de riesgos empresariales.

Alonso López Aguilar
Pasante de Contaduría

Mtra. Dorie Cruz Ramírez
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Cd. Sahagún
cruzdr@hotmail.com
771 7172000 ext 5300

Introducción

Las microempresas en la actualidad cuentan con gran importancia en el ámbito económico, éstas se han constituido en uno de los objetos centrales de estudio de la teoría administrativa, enfocando sus investigaciones en los ámbitos tanto internos (Pérez, 2004; Zapata, 2004; Zevallos, 2007; Zulima, 2010) así como externos (Rodríguez, 2004; Benavente, 2005; Malhotra, et. al., 2007; Tan, et. al., 2007), que identifican los problemas actuales que impiden su permanencia y crecimiento en el ámbito empresarial.

Bajo esta perspectiva, el autor Zapata (2004) afirma que en las mipymes la problemática es integral, la cual tiene sus orígenes tanto en influencias del entorno como en las deficiencias de la gestión interna. En este contexto, estudios más recientes de diversos autores tales como (Tomta y Chiatchoua, 2009; Paniagua, 2010; Benavides, 2008; Aguirre, Pardo, Mejía, Pino, 2010; Rodríguez, 2011) han dedicado sus estudios al diseño de estrategias que permitan a las a este sector empresarial en particular a encontrar soluciones a dichos problemas, entendidos éstos como acontecimientos que están, que ya han sucedido, por lo que no pueden ser mitigados, sino resueltos.

Por su parte, Rojas (2010), afirma que los problemas identificados en las empresas son algo que actualmente está sucediendo y que tiene un efecto negativo y son consecuencia de los riesgos identificados o no anteriormente; sin embargo, el tema de riesgos a los que están expuestas las microempresas, que las llevarán a tener problemas, no ha sido abordado.

Tanto en años anteriores como en la actualidad, todos los negocios se exponen al riesgo es por ello la inquietud de aplicar conceptos y técnicas sobre el riesgo que realmente tengan valor para quienes no posean mucha experiencia en la materia; sin embargo, se observa que la gestión de los riesgos en empresas no financieras y aún más en las microempresas, está sobrecargado por la ausencia de técnicas que permitan gestionar los riesgos propios de su actividad a pesar de reconocer que una gestión de riesgos puede convertirse en uno de los elementos que las diferencien de la competencia y por lo tanto las hagan permanecer y crecer en el mercado. De ahí el interés de estudiar los riesgos empresariales en microempresas manufactureras en Cd. Sahagún, estado de Hidalgo, México, para identificar si existe relación entre los niveles de exposición y su crecimiento, dado que se reconoce que estas empresas representan una parte esencial en el ámbito empresarial regional, nacional e internacional y su contribución al empleo y a la generación de riqueza es innegable por el número de unidades económicas y personal ocupado en la actualidad.

Sin embargo estas empresas están sometidas a importantes riesgos y más aún cuando se enfrentan a la competencia de grandes corporaciones; riesgos que si no son adecuadamente gestionados afectan no sólo su crecimiento, sino incluso amenazan su misma permanencia

Revisión de la literatura

La Gestión de Riesgos, según Galarce y Pomier (2006), establecen que es considerado un proceso a través del cual, se pretende lograr una reducción de los niveles de riesgo existentes en una entidad y fomentar procesos de construcción de nuevas oportunidades de producción y administración desde su diseño, que garanticen condiciones de seguridad para el futuro dentro de la empresa.

Por otra parte la Gestión de riesgos busca ayudar en la creación de valor para los accionistas a través de una estructura adecuada e interrelacionada de la organización de forma integral. Y establece que el valor se maximiza en la medida en que se cuente con objetivos y estrategias establecidas para lograr un adecuado balance entre crecimiento, metas, rentabilidad, riesgos y el uso efectivo y eficiente de los recursos de la organización. Esta estructura fluye a través de los distintos niveles de la organización, con roles y responsabilidades establecidos enfocados en la gestión de riesgos.

La gestión de riesgo empresarial es un enfoque de gobierno estructurado y coordinado que abarca toda la empresa con el fin de identificar, cuantificar, responder y vigilar las consecuencias de eventos potenciales. Implementada por la gerencia, la Gestión de Riesgos Empresariales (GRE) es evaluada por los auditores internos con respecto a su eficacia y eficiencia.

La práctica de manejar riesgos, que es un elemento clave del gobierno, ha recaído tradicionalmente en las unidades de negocio y/o en partes de esas unidades y en menor extensión, a través de la organización. La gestión de riesgo empresarial (GRE) contempla

un enfoque más amplio y maneja riesgos y oportunidades que afectan la creación o preservación del valor de la organización (Perú 2011-2013).

La práctica del GRE ofrece un método acreditado para alinear los riesgos y los objetivos estratégicos, utilizar los recursos de manera más eficiente, reducir los imprevistos y pérdidas operativas y mejorar la capacidad de respuesta a los riesgos.

La administración de riesgos de una empresa es especialmente desafiante para las empresas. La creciente tendencia a la globalización y la necesidad de operar en ambientes culturales con idiosincrasias, leyes y situaciones ambientales diferentes, aunada a la complejidad de la adquisición de materiales y capital humano para la venta final del producto, generan una serie de riesgos potenciales para estas empresas. (Monroy, 2008).

Antecedentes de la Gestión de Riesgos Empresariales

Desde sus orígenes en el área de seguros, la gestión de riesgo empresarial ha evolucionado hasta convertirse en una función de gestión ampliamente desarrollada. Ha avanzado hacia áreas de negocios que ordinariamente se consideraban no relacionadas. Esta evolución hacia un enfoque del riesgo admite que los riesgos están interrelacionados y que se pueden obtener importantes beneficios a partir de la evaluación y supervisión del riesgo en la organización.

Según De la Rosa (2007), establece que “en estos últimos años, se ha convertido en “mejores prácticas” para las organizaciones proporcionar más información en los informes corporativos sobre su avance de implementación de la gestión de riesgo empresarial. Estas

organizaciones están demostrando que la gestión de riesgo está integrada en su estructura organizacional y su interfaz mediante actividades de aseguramiento como la auditoría interna”. (p.1).

Debido al aumento de preocupación por la administración de riesgos, The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) determinó la necesidad de la existencia de un marco reconocido de administración integral de riesgos. El proyecto se inició en enero de 2001, con el objeto de desarrollar un marco global para evaluar y mejorar el proceso de administración de riesgo. (Kirschenbaum y Manguian, 2004).

Como ejemplo se tiene a los líderes de las empresas más exitosas de la actualidad, que asumen los riesgos, los estudian y modelan para gestionarlos y sacarle todo el partido, es decir, los **convierten en aumento de rentabilidad** para la empresa. Estas empresas trabajan continuamente para reducir los riesgos y **transformarlos en oportunidades** que las ayuden avanzar en su camino hacia el crecimiento, por lo tanto son empresas más rentables y menos riesgosas.

De ahí que la gestión integral de riesgo permite anticiparse a los riesgos y asegurar los objetivos y metas estratégicas definidas por la empresa u organización. El GRE hace que la empresa **genere valor en el mercado**, es decir, crezca rentablemente, así la empresa asegura su sostenibilidad, crecimiento, consolidación.

Definición GRE

La gestión de riesgos empresariales es un proceso efectuado por el director, gerentes y otros funcionarios, aplicada en el establecimiento de la estrategia en todos los niveles de la empresa, diseñado para identificar potenciales eventos que puede afectar a la entidad y gestionar el riesgo dentro de su apetito de riesgo, para proveer seguridad razonable en relación con el logro de objetivos empresariales (COSO, 2012).

La gestión del riesgo empresarial es el proceso de planificación, organización, dirección y control de las actividades de una organización con el fin de minimizar los efectos del riesgo sobre el capital y las ganancias de una organización. La gestión de riesgos corporativos se expande para incluir no sólo los riesgos asociados a las pérdidas accidentales, sino también los riesgos financieros, estratégicos, operativos y otros.

En los últimos años, los factores externos han provocado un mayor interés en las organizaciones. Los organismos reguladores de la industria y del gobierno, así como los inversores, han comenzado a examinar las políticas y los procedimientos de gestión de riesgos de las empresas.

Dado que se desarrollan en el negocio de riesgo, las instituciones financieras son buenos ejemplos de empresas que pueden beneficiarse del GRE. Su éxito depende de lograr un equilibrio entre la mejora de los beneficios y el manejo de riesgos. De ahí que se considere al GRE como una administración holística de todos los riesgos importantes. Simplificando, es la vista e identificación de riesgos a través de toda la organización y los pasos que son tomados para manejar dichos riesgos.

Para Escalera (2011). La mayoría de la gente asocia “Administración de Riesgos Tradicional” con la persona que compra los seguros. En el pasado, por muchos años, los profesionales de administración de riesgos fueron relegados a un trabajo de oficina y a cálculos detrás de puertas cerradas. En los últimos 20 años, la administración de riesgos se enfocó en el manejo de los riesgos asegurables, no tomando en cuenta los riesgos operacionales, cuyo resultado puede ser influenciado por cómo los riesgos son manejados proactivamente. Los administradores de riesgos en el pasado nunca consideraron que ellos tenían un rol de apoyo a la organización en el manejo de los riesgos de mercado, reputación o tercerización (outsourcing). En lugar de eso, su pericia fue aplicada a riesgos de propiedad, responsabilidad civil, enfermedades y accidentes de los empleados. En este contexto, la continuidad del negocio y la administración de riesgos coexistieron en “silos” separados de responsabilidad, perdiendo la ventaja de las eficiencias ofrecidas por la evaluación integrada de riesgos y su tratamiento.

En años recientes, el término Gestión de Riesgos Empresariales (Enterprise Risk Management, en inglés) que como lo establece Castellanos (2007), se ha configurado como una nueva ciencia social que utiliza métodos científicos para asumir riesgos con conocimiento, disminuyendo las posibilidades de fracaso al tomar decisiones sustentadas en datos y se ha acuñado para distinguir la administración de riesgos tradicional de una visión más completa y proactiva de riesgos operacionales en la organización. La pregunta es, ¿cómo puede el administrador de riesgos empresarial ayudar a las áreas operativas a tomar riesgos y utilizar esto como una ventaja competitiva para sus compañías? Para poder tomar riesgos inteligentemente, la organización necesita construir y evaluar riesgos en toda la

organización – desde una falla de energía hasta huracanes y administración de datos o amenazas al activo de su marca o marca. (COSO, 2004)

La gestión del riesgo se ha configurado como una nueva ciencia social que utiliza métodos científicos para asumir riesgos con conocimiento, disminuyendo las posibilidades de fracaso al tomar decisiones sustentadas en datos (Qualinet, 2007).

Evaluación de riesgos

De acuerdo a la metodología de GRE, la evaluación de riesgos debe realizarse desde dos perspectivas:

Probabilidad de ocurrencia e impacto, considerando que la evaluación se debe realizar tanto para riesgos inherentes como residuales y que la metodología de evaluación de riesgos comprende una combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas.

Qué riesgos evaluar

Como se mencionó en párrafos anteriores, la GRE propone que la evaluación sea a través de todas las áreas de la empresa, por lo que COSO (2012) propone la evaluación de los siguientes riesgos:

Riesgos financieros

Los riesgos financieros se clasifican principalmente en riesgo de mercado, riesgo crédito, riesgo de liquidez, riesgo operacional y riesgo legal.

Riesgos estratégicos

Los riesgos estratégicos son aquellos que tienen más consecuencias en la capacidad de una organización para ejecutar su estrategia, lograr sus objetivos de negocios y construir y proteger el valor.

Riesgos operacionales

El riesgo operacional se presenta a través de diferentes eventos que pueden surgir por fallas, errores, omisiones, uso no autorizado o fraude, de las personas, procesos, sistemas o externos, afectando una o más líneas de negocio generando uno o más efectos que reducen valor a la organización.

Sin embargo, en el presente trabajo solo se presentan los riesgos operacionales de las microempresas manufactureras de Cd. Sahagún, estado de Hidalgo, México.

Crecimiento empresarial

Los términos de desarrollo o crecimiento, cuando son aplicados a la empresa, significan que han producido aumentos en cantidades y dimensión, así como cambios en sus características económicas internas. Estos aumentos pueden reflejarse en todas o varias de las siguientes variables: activos, producción, ventas, beneficios, personal ocupado, líneas de producto, mercados (Blázquez, Dorta & Verona, 2006).

Considerando este concepto de crecimiento empresarial y después de una revisión de las principales medidas empleadas en estudios de crecimiento empresarial, se determinó considerar dos variables dadas las características de las empresas en estudio, que son: ventas y número de empleados.

Metodología

Tipo de estudio

El presente estudio es descriptivo-cuantitativo, al buscar caracterizar el perfil de las microempresas manufactureras de Cd. Sahagún a partir su exposición a los riesgos empresariales.

Diseño de investigación

Es un estudio no experimental, al no haber manipulación deliberada de variables. Dicho de otra forma, se observarán las microempresas manufactureras tal y como están en su contexto natural para después analizarlas; transversal, pues evaluaron las microempresas en un momento dado, en un punto de tiempo determinado, es decir, se recolectarán datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede.

Muestreo

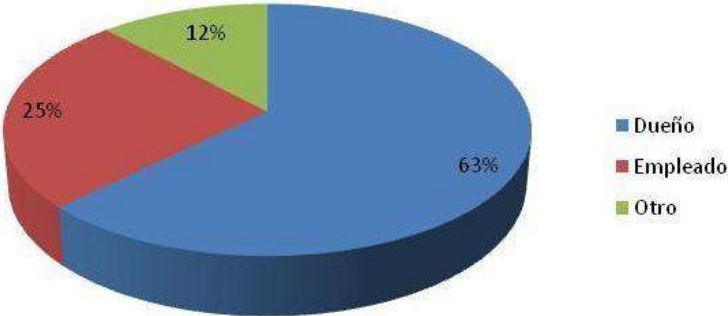
A través del muestreo probabilístico simple y estratificado, se obtuvieron las microempresas a entrevistas que pertenecieran a todos los subsectores de acuerdo a la clasificación hecha por INEGI de este sector. Así se visitaron 67 microempresas

manufactureras ubicadas en Cd. Sahagún, estado de Hidalgo, México, para evaluar en viabilidad e impacto sus riesgos financieros, haciendo uso del Instrumento de Evaluación de Riesgos Empresariales (Pérez, Campos y Fernández, 2013), a partir de la percepción de sus dueños.

Resultados

Posición en la empresa de los entrevistados

Gráfica 1. Es usted:



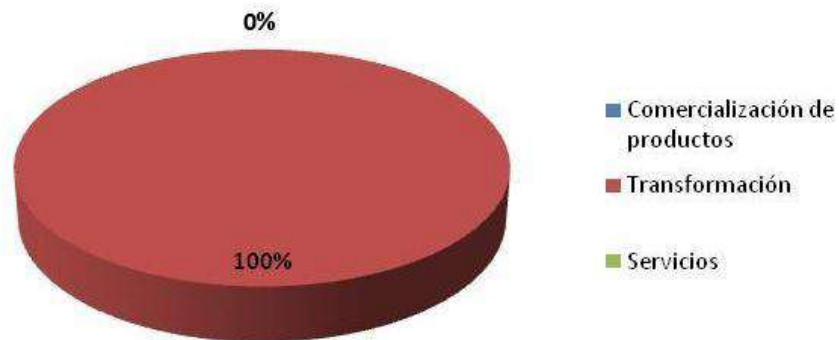
Fuente:
entrevistas
a
empresarios

realizadas

En la gráfica 1 se muestra que del 100% de microempresarios entrevistados, el 63% fue el dueño, el 25% empleado y el 12% tenía otra relación con el negocio.

Giro principal del negocio

Gráfica 2. El giro principal del negocio es la...

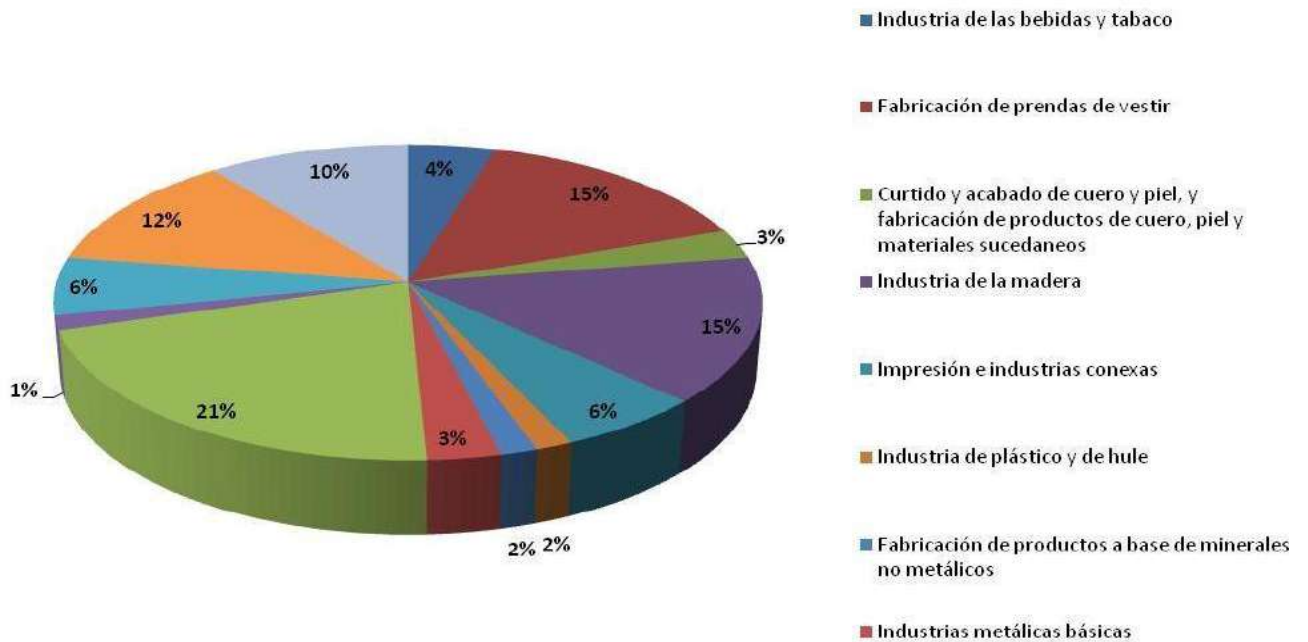


Fuente: entrevistas realizadas a empresarios

La gráfica 2 muestra que el 100% de las microempresas visitadas pertenecen al sector de la transformación.

Sector

Gráfica 3. El sector que pertenece es...

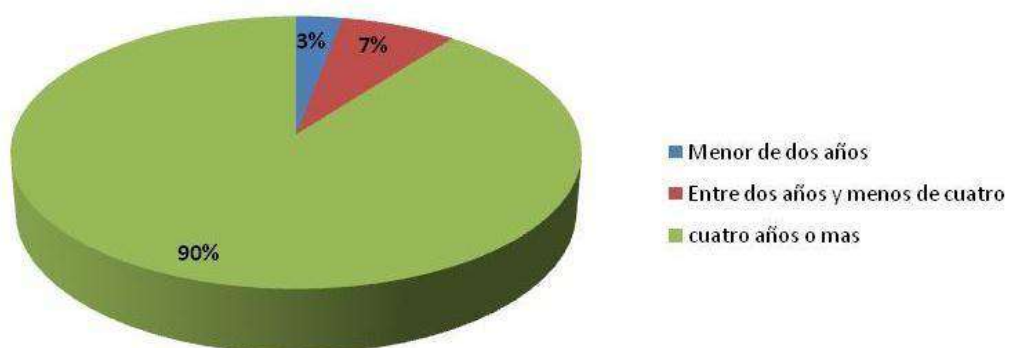


Fuente: Entrevistas realizadas a microempresarios.

La gráfica 3 muestra que del 100% de microempresas visitadas, el 21% pertenece al sector de fabricación de productos metálicos; el 3% a industrias metálicas básicas; el 2% a fabricación de productos a base de minerales no metálicos; el 2% a industria de plástico y de hule; el 6% a impresión e industria conexas; el 15% a industrias de la madera; el 3% a curtido y acabado de cuero y piel, y materiales sucedáneos; el 15% a fabricación de prendas de vestir; el 4% a industrias de la bebidas y tabaco; el 10% a otras industrias manufactureras; el 12% a fabricación de muebles, colchones y persianas; el 6% a fabricación de equipo de transporte y el 1% a fabricación de maquinaria y equipo.

Antigüedad

Gráfica 4. La antigüedad del negocio es...

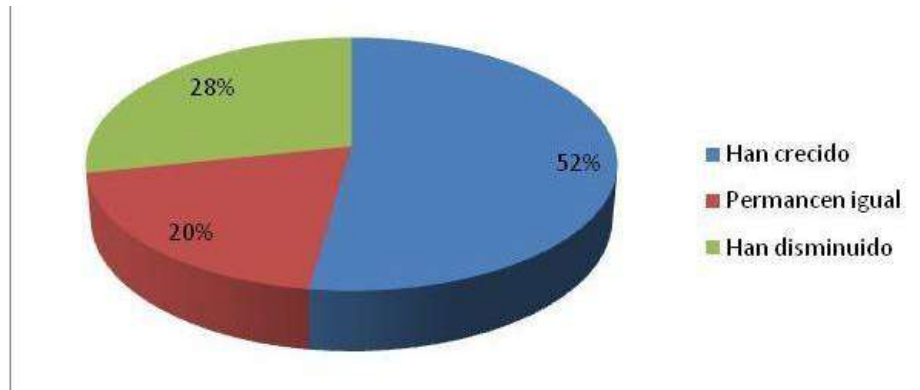


Fuente: Entrevistas realizadas a microempresarios.

La gráfica 4 muestra que del 100% de microempresas en estudio, el 90% tiene 4 años o más de antigüedad; el 7% entre dos años y menor de cuatro años, y el 3% tiene menor de dos años.

Crecimiento en ventas

Gráfica 5. Crecimiento en ventas

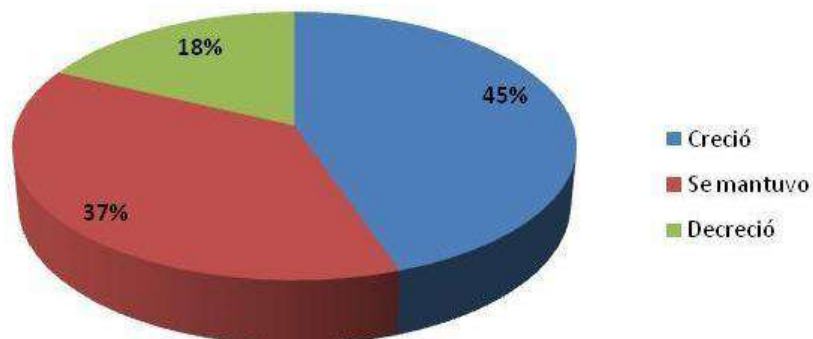


Fuente: Entrevistas realizadas a microempresarios.

La gráfica 5 muestra que del 100% de microempresas entrevistadas, el 52% manifestó que sus ventas han crecido, el 28% han disminuido y el 20% permanece igual.

Crecimiento en empleados

Gráfica 6. Crecimiento en empleados

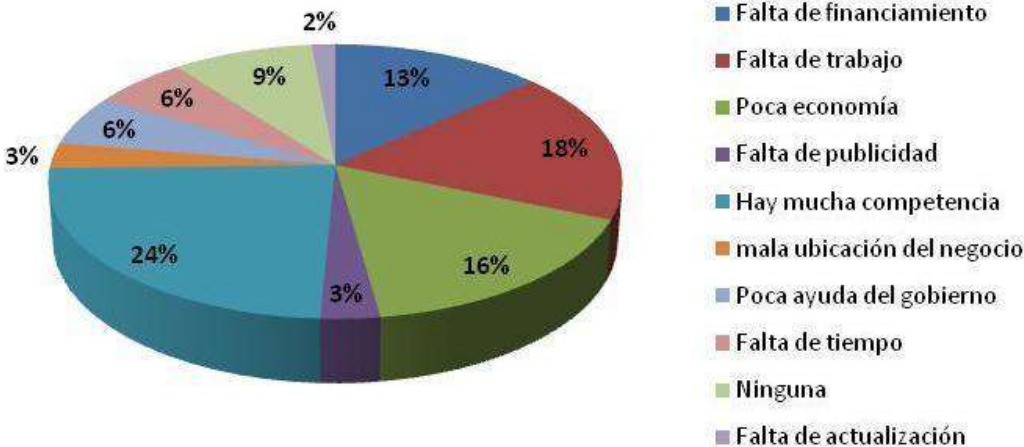


Fuente: Entrevistas realizadas a microempresarios

La gráfica 6 muestra que del 100% de microempresas entrevistadas, el 45% manifiesta que desde que inició actividades hasta ahora, en número de empleados creció; el 37% se mantuvo igual y el 18% decreció.

Principales dificultades para crecer

Gráfica 7. Dificultades para crecer

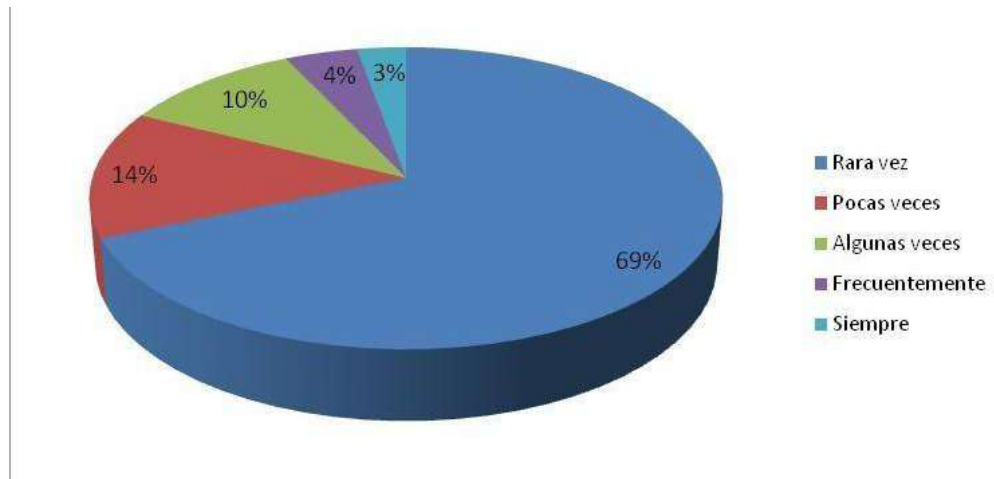


Fuente: Entrevistas realizadas a microempresarios

La gráfica 7 muestra que del 100% de microempresarios entrevistados, el 24% dice que las principales dificultades para que crezcan son que existe mucha competencia; el 3% le falta publicidad; el 16% la poca economía; el 18% la falta de trabajo; el 13% falta de financiamiento; el 2% falta de actualización; el 9% dice que no tiene ninguna dificultad; el 6% falta de tiempo; el 6% poca ayuda del gobierno y el 3% dice por la mala ubicación del negocio.

Viabilidad de riesgos operativos

Gráfica 8. Viabilidad riesgos operativos

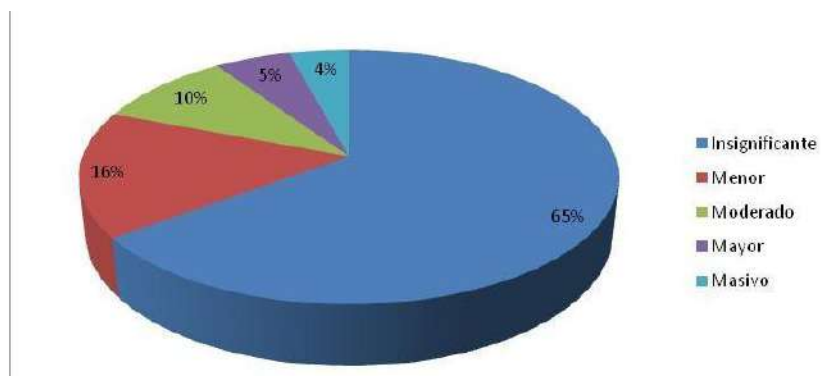


Fuente: Entrevistas realizadas a microempresarios

La gráfica 8 muestra la viabilidad (entendida esta como la frecuencia de que el riesgo operativo se materialice), en donde del 100% de los microempresas en estudio, el 69% dice que rara la vez se materializa el riesgo operativo; el 14% pocas veces; el 10% algunas veces; el 4% frecuentemente y el 3% dice que siempre se materializan estos riesgos.

Impacto negativo de riesgos operativos

Gráfica 9. Impacto negativo de riesgos operativos



Fuente: Entrevistas realizadas a microempresarios

La gráfica 9 muestra el impacto negativo (entendido como la afectación que tiene la microempresa en caso de que el riesgo operativo se materialice), en donde del 100% de los microempresas en estudio, el 65% que su impacto es insignificante, el 16% dice que es moderado, el 10% lo considera menor, el 5% lo considera mayor y el 4% lo considera masivo.

Conclusiones

Con los resultados obtenidos, se observa que el sector manufacturero de Cd. Sahagún, Hidalgo, México, supera la etapa crítica de funcionamiento, ya que la literatura establece que un alto porcentaje de empresas cierran operaciones antes de los 4 años, y en esta zona del estado de Hidalgo el 90% tiene una antigüedad mayor de años.

Ahora bien, respecto al crecimiento en ventas, más de la mitad reporta incremento y el 28% dice tener estabilidad en ventas, de tal manera que muestra empresas que han sabido permanecer en el mercado y en la mayoría de los casos crecer.

En cuanto a crecimiento a empleados, el escenario no es muy diferente respecto a las ventas, pues el 45% de las microempresas dice haber aumentado el número de empleados y el 37% lo ha mantenido.

A pesar de los resultados anteriores, los microempresarios tienen identificados algunas dificultades que ellos perciben para que sus empresas crezcan.

Ahora bien, si se considera lo que la GRE establece respecto a equilibrio que debe existir entre el crecimiento y los niveles de riesgo, para el caso de las empresas en estudio se observa que el 69% dice que rara vez se materializan los riesgos operativos y el 14% pocas veces, lo que indica que a través de estos datos descriptivos se aprecia un equilibrio entre el crecimiento y la frecuencia de los riesgos: las empresas crecen y/o se mantienen, las cuales tienen niveles bajos de viabilidad en riesgos operativos.

Finalmente, respecto al impacto negativo que los empresarios manifestaron que tienen cuando los riesgos se materializan, el 65% manifestó que éste es insignificante y el 16% menor, lo que implica que a pesar de que los riesgos operativos aparezcan en este tipo de empresas, el impacto no afecta considerablemente su funcionamiento.

Con todo lo anterior se puede concluir que en las microempresas manufactureras de Cd. Sahagún, estado de Hidalgo, México, a través del un análisis descriptivo, se observa una relación entre los niveles de riesgos operativos con el crecimiento empresarial; sin embargo se considera necesario hacer análisis más robustos para confirmar esta aproximación.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, A., Pardo, C., Mejía, F. & Pino F. (2010). Reporte de experiencias de la aplicación de competisoft en cinco pymes colombianas. Revista EIA. 13, pp. 107-122.
- Blazquez, F., Dorta, J & Verona, M. (2006) Concepto, Perspectivas y Medidas del Crecimiento empresarial. Colombia. Cuadernos de Administración, Pontificia Universidad de Javeriana
- Benavente, J., Galetovic, A., Sanhueza, R. (2005). La dinámica industrial y la financiación en la Pyme. El Trimestre Económico. Vol. 72, No. 286, pp. 217-254
- Benavides, S. (2008). Capacitación, conocimiento y competitividad de las mipymes formales costarricenses. Tec Empresarial. 2, 3, pp. 19-27.
- Castellanos, J. (2007). Gestión. Recuperado el 05 de Marzo 2014 de http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=17&ved=0CFMQFjAGOAo&url=http%3A%2F%2Fwww.qsl.cl%2Fnoticias%2Farc_hivo%2Fjose%2FEd.35P36-37-38.pdf&ei=8_QXU87VD-eM2QWB4oCABw&usg=AFQjCNGmkErbSN4VvF1J-t5mFgQS82SnKw
- COSO (2004) Enterprise Risk Management – Integrated Framework, September, published by the Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission
- COSO (2012), Scott McCallum. Recuperado el 05 de Marzo de 2014 de <http://www.coso.org/-erm.htm>
- De la Rosa, S. (2007). Como Avanzar en la Gestión de Riesgo Empresarial. (ERM).

Recuperado el 08 de Marzo de 2014. De http://www.cecilianocr.com/pdf/2007_junio-auditor_interno-avanzar_gestion_riesgo_empresarial.pdf

Escalera, J. (2011). ¿Qué es administración de riesgos empresarial? Recuperado 03 de marzo del 2014 de <http://www.riskmexico.com/articulos/administracion-de-riesgos-empresarial/>

Galarce, Y. & Pomier, M. (2006). Gestión de Riesgos. Tesis. Universidad Arturo Prat. Arica. Chile.

Instituto de Auditores Internos de Perú (2011-2013). ¿Qué es la gestión de riesgo empresarial y qué función cumple auditoría interna en la misma? Recuperado 09 de Marzo 2014 de http://www.iaiperu.org/index.php?option=com_content&view=article&id=89:que-es-la-gestion-de-riesgo-empresarial-gre-y-que-funcion-cumple-auditoria-interna-en-la-misma&catid=49:preguntas-frecuentes&Itemid=40

Kirschenbaum, P. & Manguian, J. (2004). Marco Integrado de Administración de Riesgos Corporativos. PricewaterhouseCoopers. Recuperado 03 de marzo del 2014 de <http://www.theiia.org/chapters/pubdocs/263/ERM.pdf>

Malhotra, M., Chen, Y., Criscuola, A., Fan, Q., Hamel, I., Savchenko, Y. (2007). Expanding Access to Finance: Good Practices and Policies for Micro, Small, and Medium Enterprises. USA: World Bank Institute. p. 79.

Monroy J. (2008). Administración de riesgos empresariales. Recuperado 09 de marzo 2014 de <http://www.pwc.com/mx/es/retos-productos-consumo/admon-riesgos.jhtml>

Paniagua, R. (2010). Las mipymes colombianas, escenario estratégico para la creatividad e innovación del talento humano. Escenarios. 8, 2, pp. 31-39.

- Pérez, M. (2004). La pyme en el Tolima: características y problemas. Cuadernos de investigación. No. 7. Universidad Corunversitaria. pp. 37-54.
- Pérez, S., Campos, C. & Fernández, F. (2013). El IEREM en la evaluación de riesgos empresariales. Segundo Encuentro Nacional de Cuerpos Académicos “Rumbo a la conformación de redes de colaboración en competitividad”. México.
- Qualinet, S. & Castellanos J. (2007). División Aviación y Proyectos Internacionales- QSL. Recuperado el 05 de Marzo 2014. De http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=17&ved=0CFMQFjAGOAo&url=http%3A%2F%2Fwww.qsl.cl%2Fnoticias%2Farchivo%2Fjose%2FEd.35P36-37-38.pdf&ei=8_QXU87VD-eM2QWB4oCABw&usg=AFQjCNGmkErbSN4VvF1J-t5mFgQS82SnKw
- Rodríguez, A. (2004). Pymes al descubierto. Revista Gerente. No. 79. Bogota. Pp. 26-37
- Rodríguez, G. (2011). Apropiación y masificación de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en cadenas productivas como determinantes para la competitividad de las mipymes. Criterio Libre. 15, pp. 2131-330.
- Rojas, F.(2010). Diferencias entre riegos y problemas. SpanishPMO. de www.spahishpmo.com/index.php/diferencia-entre-riesgos-y-problemas. Consultado el 5 de marzo de 2014.
- Tomta, D. y Chiatchoua, C. (2009). Cadenas productivas y productividad en las mipymes. Criterio Libre. No. 11, pp. 145-165.
- Zapata, E. (2004). Las pymes y su problemáticas empresarial. Análisis de casos. Revista

Escuela de Administración de Negocios. Septiembre- diciembre, número 52.

Colombia, pp. 119-135.

Zevallos, E. (2007). Restricciones del entorno a la competitividad empresarial en América Latina. Costa Rica: Fundes. Serie Vector. p. 224, de <http://www.microfinanzas.org/centro-de-informacion/documentos/restricciones-del-entorno-a-la-competitividad-empresarial-en-america-latina>, consultado el 06 de marzo de 2014.

Zulima, A. (2010). Hacer de la necesidad virtud: los recursos de las pymes. Economía industrial. No. 375. Pp. 53-64

Recomendaciones preventivas en la atención de un proceso de fiscalización directa instruido por parte de la SHCP, a pequeñas y medianas empresas

Dr. Heriberto Moreno Uribe
hmoreno_uribe@hotmail.com

Dr. Miguel Ángel Ruiz Rangel
ruizrmangel@hotmail.com

Profesores del Área Académica de Contaduría, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México; Concepción Km. 2.5 San Juan Tilcuautla, Hgo.

Resumen:

En la actualidad constituye todo un reto para las pequeñas y medianas empresas en México, enfrentar exitosamente un proceso de fiscalización, ya que los Licenciados en Contaduría en su papel de expertos en materia tributaria, tienen como verdadera prioridad salir lo mejor librados, mostrando a la autoridad competente que los contribuyentes, o sea sus clientes han observado de forma regular su marco de obligaciones fiscales.

La autoridad hacendaria en nuestro país tiene perfectamente identificado y clasificado el perfil del contribuyente y partiendo de esta clasificación, en cumplimiento de las facultades que le confiere el Código Fiscal de la Federación y su Reglamento, que son prácticamente plenipotenciarias, despliega sus diferentes tácticas y estrategias de revisión, intentando descubrir errores o irregularidades que pudieran en su caso, constituir elusión, evasión y porque no descubrir la figura de la defraudación fiscal; De esta forma los profesionales de la Contaduría deben ser muy cuidadosos en la función de proteger los intereses de las pequeñas y medianas empresas, ahora ubicados en el Régimen de Incorporación Fiscal RIF, en primera instancia manejándose con prudencia y habilidad para el diseño de su sistema de información financiera, cuidadosos del registro de los eventos económicos,

verificar que la documentación que comprueba el cumplimiento de su marco de obligaciones fiscales sea correcto, en una segunda instancia haciendo respetar sus derechos, recurriendo, si fuera necesario hasta la posible implementación de los medios de defensa del contribuyente, sobre todo en aquellos casos en los que las resoluciones extralimitan el acto de autoridad.

El presente trabajo constituye la interpretación de resultados del proyecto realizado conjuntamente con la Universidad de Valladolid en España, denominado “Acuerdo para evitar la doble tributación entre México y España”, utilizados para definir el “Perfil del Contribuyente en México” y presentados con antelación en congresos nacionales e internacionales, los datos que se obtuvieron más que cuantitativos son de corte cualitativo, la investigación de campo no se muestra en este trabajo ya que solo sirvió de elemento base para el enfoque de la presente comunicación la que pretende ubicar a los ponentes de esta mesa en el marco fiscal aplicable al proceso de fiscalización por parte de las autoridades hacendarias, con ello sustentar las recomendaciones para su adecuada atención que constituyen el objeto de estudio, no perder de vista la propuesta de acciones de carácter preventivo en apego estricto al marco jurídico del Sistema Fiscal Mexicano, que al final del proceso de fiscalización por parte de la autoridad resultan de gran valía para los empresarios al minimizar el riesgo dentro del concepto de equidad y justicia que marca nuestra Constitución Política para ubicarse en un óptimo escenario.

Palabras Clave: Prevención, Fiscalización, delitos, sanciones.

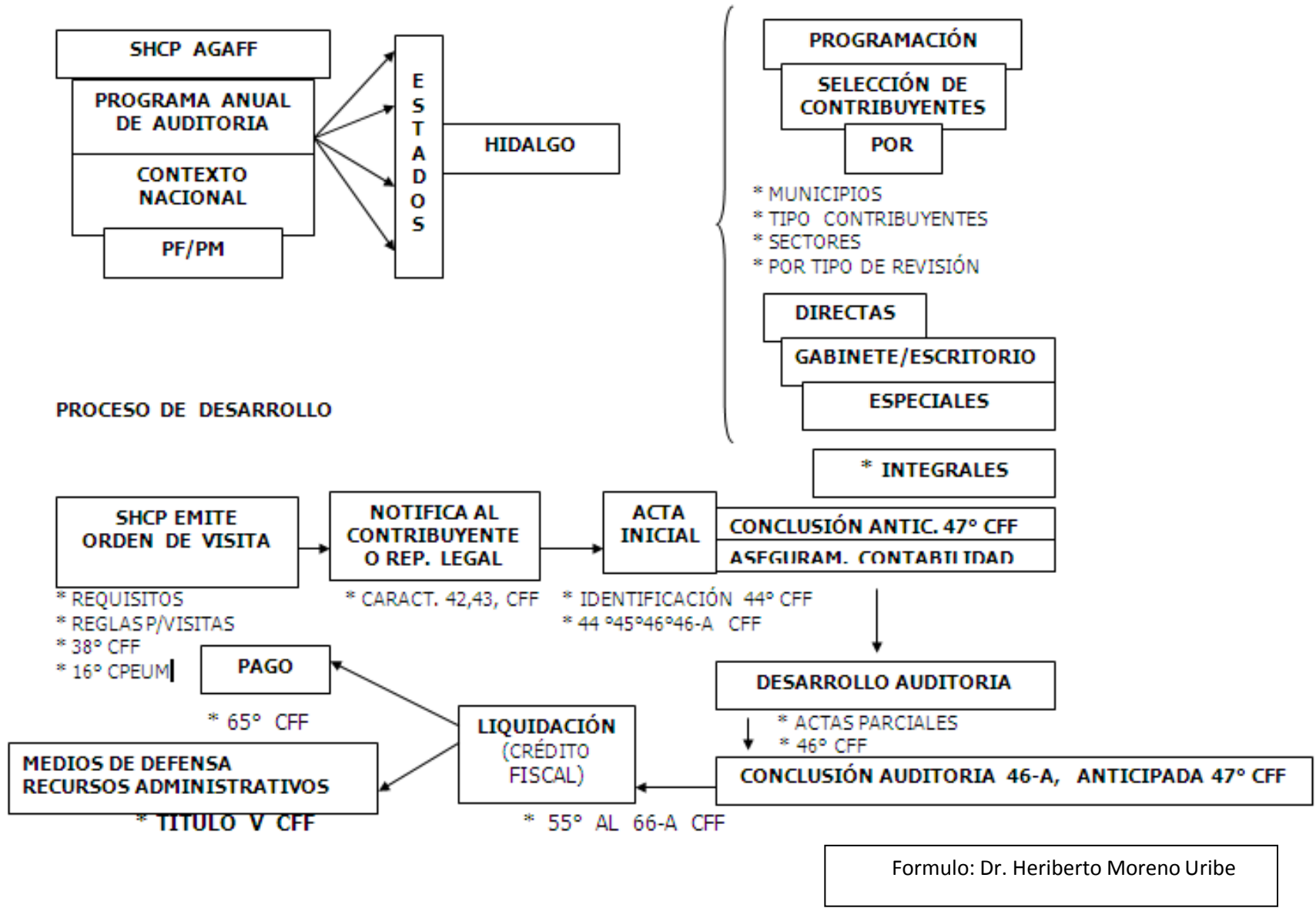
Introducción

El presente trabajo tiene como finalidad orientar al empresario lector y a los directivos de las pequeñas y medianas empresas mexicanas a enterarse del panorama fiscal, que en materia de una revisión, hacerlo comprender de alguna y ubicarlo en el contexto de la defensa fiscal por medio de recomendaciones preventivas, para otorgar un panorama mas claro de la importancia de cada estrategia, así como las ventajas y desventajas de su uso. Al mismo tiempo, se tiene la intención de investigar los factores que influyen para el éxito o fracaso por la toma de decisiones en materia fiscal. Por lo tanto se debe conocer cuál es el momento adecuado para ejercerlas, con miras de evitar esfuerzos innecesarios que conlleven un menoscabo económico y pérdida de tiempo.

Las autoridades fiscales a fin de comprobar que los contribuyentes, los responsables solidarios o los terceros con ellos relacionados han cumplido con las disposiciones y en su caso, determinar las contribuciones omitidas o los créditos fiscales, así como para comprobar la comisión de delitos fiscales y para proporcionar información a otras autoridades fiscales; en atención a sus facultades, por medio del Código Fiscal de la Federación, normativa que entre otras cosas les permite:

Para ofrecer una visión del panorama para el proceso de fiscalización se ofrece el cuadro siguiente, que representa el Esquema del desarrollo de una Auditoría Fiscal.

ESQUEMA DEL DESARROLLO DE LA AUDITORIA FISCAL
 TITULO III CFF ART. 33 AL 69 °



Formulo: Dr. Heriberto Moreno Uribe

Revisión de la contabilidad

Requerir a los contribuyentes, responsables solidarios o terceros relacionados con ellos, para que exhiban en su domicilio, establecimientos o en las oficinas de las propias autoridades (REVISION DE GABINETE), a efecto de llevar a cabo su revisión, la contabilidad, así como que proporcionen los datos, otros documentos o informes que se les requieran.

Visitas Domiciliarias

Practicar visitas a los contribuyentes, los responsables solidarios o terceros relacionados con ellos y revisar su contabilidad, bienes y mercancías.

Revisión de Dictámenes

Revisar los dictámenes formulados por contadores públicos sobre los estados financieros de los contribuyentes y sobre las operaciones de enajenación de acciones que realicen, así como la declaratoria por solicitudes de devolución de saldos a favor de IVA, y cualquier otro dictamen que tenga repercusiones fiscales.

Por lo antes citado, las Autoridades Fiscales es claro que sus facultades de comprobación las pueden iniciar en cualquier momento.

Desarrollo

Algunos actos u omisiones que pueden motivar una Revisión Directa:

- El no cumplimiento en tiempo con la obligación de presentación y/o envío de declaraciones provisionales y anuales.
- Declarar de manera recurrente pérdidas.
- La no entrega en tiempo y forma de datos, informes o documentos adicionales, que se consideren necesarios para aclarar la información asentada en las declaraciones de pagos provisionales o definitivos, del ejercicio y complementarios, así como en los avisos de compensación.
- En el caso de revisión de Dictamen Fiscal, cuando habiéndose requerido al contador público que haya formulado el dictamen la información y documentos, estos no fueran suficientes a juicio de las autoridades fiscales para conocer la situación fiscal del contribuyente, o si estos no se presentan en los plazos previstos para ello, o dicha información y documentos son incompletos.

Marco Normativo de las Revisiones Directas Ejecutadas por el SAT

según dispone el Código Fiscal de la Federación

Días y Horas Hábiles para la Práctica de Visitas

La práctica de diligencias por las autoridades fiscales deberá efectuarse en días y horas hábiles, siendo estas últimas, las comprendidas entre las 07:30 y las 18:00 horas. Una diligencia de notificación iniciada en horas hábiles podrá concluirse en hora inhábil sin

afectar su validez. Tratándose de la verificación de bienes y de mercancías en transporte, se consideraran hábiles todos los días del año y las 24 horas del día, se ubica en el **Artículo**

13. Requisitos de los Actos Administrativos que se deberán Notificar.

Los actos administrativos se ubica en el **Artículo 38**, indica que se deban notificar deberán tener, por lo menos, los siguientes requisitos:

- Constar por escrito en documento escrito o digital.
- Señalar la autoridad que lo emite.
- Señalar lugar y fecha de emisión.
- Estar fundado, motivado y expresar la resolución, objeto o propósito de que se trate.

Ostentar la firma del funcionario competente y, en su caso, el nombre o nombres de las personas a las que vaya dirigido. Cuando se ignore el nombre de la persona a la que va dirigido, se señalaran los datos suficientes que permitan su identificación. En el caso de resoluciones administrativas que consten en documentos digitales, deberán contener la firma electrónica avanzada del funcionario competente, la que tendrá el mismo valor que la firma autógrafa.

Si se trata de resoluciones administrativas que determinen la responsabilidad solidaria se señalará, además, la causa legal de la responsabilidad.

Datos Adicionales de la Orden de Visita.

En la orden de visita, de acuerdo al **Artículo 43 y 44**, además de los requisitos a que se refiere el artículo 38 citado, se deberá indicar:

- El lugar o lugares donde debe efectuarse la visita.
- El nombre de la persona o personas que deban efectuar la visita.

Tratándose de las visitas domiciliarias a que se refiere el **artículo 44**, los ordenes de visita deberán contener impreso el nombre del visitado, excepto cuando se trate de ordenes de verificación en materia de comercio exterior y se ignore el nombre del mismo.

Reglas sobre Visitas Domiciliarias.

En los casos de visita en el domicilio fiscal, de acuerdo al **Artículo 43 y 44** las autoridades fiscales, los visitados, responsables solidarios y los terceros estarán a lo siguiente:

I. La visita se realizara en el lugar o lugares señalados en la orden de visita.

II. Si no estuviere el visitado o su representante, dejen citatorio con la persona que se encuentre en dicho lugar para que el mencionado visitado o su representante los esperen a la hora determinada del día siguiente para recibir la orden de visita; si no lo hicieren, la visita se iniciara con quien se encuentre en el lugar visitado.

Si el contribuyente presenta aviso de cambio de domicilio después de recibido el citatorio, la visita podrá llevarse a cabo en el nuevo domicilio manifestado por el contribuyente y en el anterior cuando el visitado conserve el local de este.

Cuando exista peligro de que el visitado se ausente o pueda realizar maniobras para impedir el inicio o desarrollo de la diligencia, los visitadores podrán proceder al aseguramiento de la contabilidad y en su caso bienes o mercancías.

III. los visitadores se deberán identificar ante la persona con quien se entienda la diligencia, requiriéndola para que designe dos testigos, si estos no son designados o los designados no aceptan servir como tales, los visitadores los designaran, haciendo constar esta situación en el acta que levanten, sin que esta circunstancia invalide los resultados de la visita.

IV. Las autoridades fiscales podrán solicitar el auxilio de otras autoridades fiscales que sean competentes, para que continúen una visita iniciada por aquellas notificando al visitado la sustitución de autoridad y de visitadores.

Obligaciones de los Visitados.

Los visitados, sus representantes, o las personas con quien se entienda la visita en el domicilio fiscal, de acuerdo al **Artículo 45** están obligados a permitir a los visitadores el acceso al lugar o lugares objeto de la misma, así como mantener a su disposición la contabilidad y demás papeles que acrediten el cumplimiento de las disposiciones fiscales de los que los visitadores podrán sacar copias para que previo cotejo con sus originales se certifiquen por estos y sean anexados a las actas finales o parciales que levanten con motivo de la visita. También deberán permitir la verificación de bienes y mercancías, así como de los documentos, discos, cintas o cualquier otro medio procesable de almacenamiento de datos que tenga el contribuyente en los lugares visitados. Cuando los visitados lleven su contabilidad o parte de ella con el sistema de registro electrónico, deberán poner a

disposición de los visitadores el equipo de computo y sus operadores, para que los auxilien en el desarrollo de la visita.

Causales para obtener copia de la contabilidad

I. El visitado, su representante o quien se encuentre en el lugar de la visita se niegue a recibir la orden.

II. Existan sistemas de contabilidad, registros o libros sociales, que no estén sellados, cuando deban estarlo conforme a las disposiciones fiscales.

III. Existan dos o más sistemas de contabilidad con distinto contenido, sin que se puedan conciliar con los datos que requieren los avisos o declaraciones presentados.

IV. . Se lleven dos o más libros sociales similares con distinto contenido.

V. No se hayan presentado todas las declaraciones periódicas a que obligan las disposiciones fiscales, por el periodo al que se refiere la visita.

VI. Los datos anotados en la contabilidad no coincidan o no se puedan conciliar con los asentados en las declaraciones o avisos presentados.

VII. Se desprendan, alteren o destruyan parcial o totalmente, sin autorización legal, los sellos o marcas oficiales colocados por los visitadores.

VIII. el visitado sea emplazado a huelga o suspensión de labores.

IX. Si el visitado, su representante o la persona con quien se entienda la visita se niega a permitir a los visitantes el acceso a los lugares donde se realiza la visita; así como a mantener a su disposición la contabilidad, correspondencia o contenido de cajas de valores.

Reglas para la Visita Domiciliaria.

La visita en el domicilio fiscal de acuerdo al Artículo 46, se desarrollara conforme a las siguientes reglas:

Levantar acta por los hechos u omisiones

I.- En la que se hará constar en forma circunstanciada los hechos u omisiones que se hubieren conocido por los visitantes.

Levantar actas parciales por cada lugar

II.- Si la visita se realiza simultáneamente en dos o más lugares, en cada uno de ellos se deberán levantar actas parciales.

Colocación de sellos o marcas

III.- A fin de asegurar la contabilidad, correspondencia o bienes que no estén registrados en la contabilidad, siempre que dicho aseguramiento no impida la realización de las actividades del visitado.

En el caso de que algún documento que se encuentre en los muebles, archiveros u oficinas que se sellen, sea necesario al visitado para realizar sus actividades, se le permitirá extraerlo ante la presencia de los visitantes, quienes podrán sacar copia del mismo.

Actas parciales o complementarias

IV.- En las que se hagan constar hechos, omisiones o circunstancias de carácter concreto, de los que se tenga conocimiento en el desarrollo de una visita. Una vez levantada el acta final, no se podrán levantar actas complementarias sin que exista una nueva orden de visita.

En la última acta parcial que al efecto se levante se hará mención expresa de tal circunstancia y entre esta y el acta final, deberán transcurrir, cuando menos veinte días.

Cuando se trate de más de un ejercicio revisado o fracción de este, se ampliara el plazo por quince días más, siempre que el contribuyente presente aviso dentro del plazo inicial de veinte días.

Tratándose de visitas relacionadas con el ejercicio de las facultades a que se refiere la Ley del Impuesto Sobre la Renta, deberán transcurrir cuando menos tres meses entre la fecha de la última acta parcial y el acta final. Este plazo podrá ampliarse por una sola vez por un plazo de dos meses a solicitud del contribuyente.

Levantamiento de actas

V.- Cuando resulte imposible continuar o concluir el ejercicio de las facultades de comprobación en los establecimientos del visitado, podrán levantarse en las oficinas de las autoridades fiscales.

Firmas, cierre y entrega del acta final

VI.- Si en el cierre del acta final de la visita no estuviere presente el visitado o su representante, se le dejara citatorio para que este presente a una hora determinada del día siguiente, si no se presentare, el acta final se levantara ante quien estuviere presente en el lugar visitado.

Las actas parciales forman parte del acta final

VII.- Las actas parciales se entenderá que forman parte integrante del acta final de la visita aunque no se señale así expresamente.

La autoridad podrá reponer el procedimiento

VIII.- Cuando de la revisión de las actas de visita y demás documentación vinculada a estas, se observe que el procedimiento no se ajusto a las normas aplicables, que pudieran afectar la legalidad de la determinación del crédito fiscal, la autoridad podrá de oficio, por una sola vez, reponer el procedimiento, a partir de la violación formal cometida.

Concluida la visita en el domicilio fiscal, para iniciar otra a la misma persona, se requerirá nueva orden, inclusive cuando las facultades de comprobación sean para el mismo ejercicio y por las mismas contribuciones o aprovechamientos.

Plazo en que las Autoridades Fiscales deberán Concluir la Visita a los Contribuyentes

Las autoridades fiscales de acuerdo al **Artículo 46 A**, deberán concluir la visita que se desarrolle en el domicilio fiscal de los contribuyentes o la revisión de la contabilidad de los mismos que se efectuó en las oficinas de las propias autoridades, dentro de un plazo

máximo de doce meses contados a partir de que se le notifique a los contribuyentes el inicio de las facultades de comprobación, salvo tratándose de:

Contribuyentes que integran el sistema financiero, así como de aquellos que consoliden para efectos fiscales, en estos casos, el plazo será de dieciocho meses contado a partir de la fecha en la que se le notifique a los contribuyentes el inicio de las facultades de comprobación.

Contribuyentes respecto de los cuales la autoridad fiscal o aduanera solicite información a autoridades fiscales o aduaneras de otro país o este ejerciendo sus facultades para verificar el cumplimiento de obligaciones tales como la conservación de documentación comprobatoria y respecto de empresas multinacionales en cuanto a ingresos acumulables y deducciones autorizadas de contribuyentes personas morales que celebren operaciones con partes relacionadas en el extranjero, o cuando la autoridad aduanera este llevando a cabo la verificación de origen a exportadores o productores de otros países de conformidad con tratados internacionales celebrados con México. En estos casos, el plazo será de dos años contados a partir de la fecha en la que se le notifique a los contribuyentes el inicio de las facultades de comprobación.

Los plazos para concluir las visitas domiciliarias o las revisiones de gabinete, se suspenderán en los casos de:

I.- Huelga, a partir de que se suspenda temporalmente el trabajo y hasta que termine la huelga.

II.- Fallecimiento del contribuyente, hasta en tanto se designe al representante legal de la sucesión.

III.- Cuando el contribuyente desocupe su domicilio fiscal sin haber presentado el aviso de cambio correspondiente o cuando no se le localice en el que haya señalado, hasta que se le localice.

IV.- Cuando el contribuyente no atienda el requerimiento de datos, informes o documentos solicitados por las autoridades fiscales para verificar el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, durante el periodo que transcurra entre el día del vencimiento del plazo otorgado en el requerimiento y hasta el día en que conteste o atienda el requerimiento, sin que la suspensión pueda exceder de seis meses.

V.- Tratándose de reposición de procedimiento, el plazo se suspenderá a partir de que la autoridad informe al contribuyente de la reposición.

VI.- Cuando la autoridad se vea impedida para continuar el ejercicio de sus facultades de comprobación por caso fortuito o fuerza mayor, hasta que la causa desaparezca.

Si durante el plazo para concluir la visita domiciliaria los contribuyentes interponen algún medio de defensa en el país o en el extranjero contra los actos o actividades que deriven del ejercicio de sus facultades de comprobación, dichos plazos se suspenderán desde la fecha en que se interpongan los citados medios de defensa hasta que se dicte resolución definitiva de los mismos.

Acciones que la Autoridad Fiscalizadora puede emprender en el Inter de la Revisión

La normativa fiscal en relación a la actividad de revisión de la autoridad prevé la figura de la presunción, definida esta como:

Presunción: Suposición o conjetura fundada en indicios o señales.

Presumir: Creer que algo ocurre

En virtud de lo anterior se presentan las condiciones siguientes:

Determinación	}	* Contribuciones retenidas
Presuntiva		* Comprobación de ingresos
		* Omisión de registro contable

Casos en que procede la Determinación Presuntiva de la Utilidad Fiscal.

Las autoridades fiscales de acuerdo al **Artículo 55**, podrán determinar presuntivamente la utilidad fiscal de los contribuyentes, sus ingresos y el valor de los actos, actividades o activos, por los que se deban pagar contribuciones, cuando:

I.- Cuando se opongan u obstaculicen el inicio o desarrollo de las facultades de comprobación de las autoridades fiscales; u omitan presentar la declaración del ejercicio de cualquier contribución.

II.- No presenten los libros y registros de contabilidad, la documentación comprobatoria y no proporcionen los informes relativos al cumplimiento de las disposiciones fiscales.

III.- Cuando existan irregularidades en la contabilidad.

IV.- No se lleve control y valuación de inventarios.

V.- No se utilice máquina registradora de comprobación fiscal.

VI.- Otras irregularidades en su contabilidad que imposibiliten el conocimiento de sus operaciones.

Procedimientos para la Determinación Presuntiva.

Para la determinación presuntiva referida, de acuerdo al **Artículo 56**, las autoridades fiscales calcularán los ingresos brutos de los contribuyentes, el valor de los actos, actividades o activos sobre los que proceda el pago de contribuciones, para el ejercicio de que se trate, indistintamente con cualquiera de los siguientes procedimientos:

I.- Utilizando los datos de la contabilidad del contribuyente.

II.- Tomando como base los datos contenidos en las declaraciones del ejercicio correspondiente a cualquier contribución, sea del mismo ejercicio o de cualquier otro, con las modificaciones que, en su caso, hubieran tenido con motivo del ejercicio de las facultades de comprobación.

III.- A partir de la información que proporcionen terceros a solicitud de las autoridades fiscales, cuando tengan relación de negocios con el contribuyente.

IV.- Con otra información obtenida por las autoridades fiscales en el ejercicio de sus facultades de comprobación.

V. Utilizando medios indirectos de la investigación económica o de cualquier otra clase.

Determinación Presuntiva de Contribuciones Retenidas.

Las autoridades fiscales de acuerdo al **Artículo 57**, podrán determinar presuntivamente las contribuciones que se debieron haber retenido, cuando aparezca omisión en la retención y entero, por más del 3% sobre las retenciones enteradas.

Presunciones de la Autoridad Fiscal ante la Comprobación de Ingresos.

Para la comprobación de los ingresos, o del valor de los actos, actividades o activos por los que se deban pagar contribuciones, de acuerdo al Artículo 59, las autoridades fiscales presumirán, salvo prueba en contrario:

I.- Que la información contenida en la contabilidad, documentación comprobatoria y correspondencia que se encuentren en poder del contribuyente, corresponde a operaciones celebradas por el, aun cuando aparezcan sin su nombre o a nombre de otra persona, siempre que se logre demostrar que al menos una de las operaciones o actividades contenidas en tales elementos, fue realizada por el contribuyente.

II.- Que la información contenida en los sistemas de contabilidad, a nombre del contribuyente, localizados en poder de personas a su servicio, o de accionistas o propietarios de la empresa, corresponde a operaciones del contribuyente.

III.- Que los depósitos en la cuenta bancaria del contribuyente que no correspondan a registros de su contabilidad que este obligado a llevar, son ingresos y valor de actos o actividades por los que se deben pagar contribuciones.

IV.- Que son ingresos y valor de actos o actividades de la empresa por los que se deben pagar contribuciones, los depósitos hechos en cuenta de cheques personal de los gerentes, administradores o terceros, cuando efectúen pagos de deudas de la empresa con cheques de dicha cuenta o depositen en la misma, cantidades que correspondan a la empresa y esta no los registre en contabilidad.

V.- Que las diferencias entre los activos registrados en contabilidad y las existencias reales corresponden a ingresos y valor de actos o actividades del último ejercicio que se revisa por los que se deban pagar contribuciones.

VI.- Que los cheques librados contra las cuentas del contribuyente a proveedores o prestadores de servicios, que no correspondan a operaciones registradas en su contabilidad son pagos por mercancías adquiridas o por servicios por los que el contribuyente obtuvo ingresos.

VIII.- Que los inventarios de materias primas, productos semiterminados y terminados, los activos fijos, gastos y cargos diferidos que obren en poder del contribuyente, así como los terrenos donde desarrolle su actividad son de su propiedad. Los bienes a que se refiere este párrafo se valuaran a sus precios de mercado y en su defecto al de avalúo.

Presunción ante la Omisión de Registro de Adquisiciones en Contabilidad.

Cuando el contribuyente omita registrar adquisiciones en su contabilidad y estas fueran determinadas por las autoridades fiscales, de acuerdo al Artículo 60, se presumirá que los bienes adquiridos y no registrados, fueron enajenados.

Presunciones ante Causales de Determinación Presuntiva.

Siempre que los contribuyentes se coloquen en alguna de las causales de determinación presuntiva a que se refiere el CFF y no puedan comprobar por el periodo objeto de revisión sus ingresos así como el valor de los actos o actividades por los que deban pagar contribuciones, de acuerdo al **Artículo 61**, se presumirá que son iguales al resultado de alguna de las siguientes operaciones:

I.- Si con base en la contabilidad y documentación del contribuyente o información de terceros pudieran reconstruirse las operaciones correspondientes cuando menos a treinta días lo más cercano posible al cierre del ejercicio, el ingreso o el valor de los actos o actividades, se determinara con base en el promedio diario del periodo reconstruido, el que se multiplicara por el numero de días que correspondan al periodo objeto de la revisión.

II.- Si la contabilidad del contribuyente no permite reconstruir las operaciones del periodo de treinta días a que se refiere la fracción anterior, las autoridades fiscales tomaran como base la totalidad de ingresos o del valor de los actos o actividades que observen durante siete días incluyendo los inhábiles, cuando menos, y el promedio diario resultante se multiplicara por el número de días que comprende el periodo objeto de revisión.

Al ingreso o valor de los actos o actividades estimados presuntivamente por alguno de los procedimientos anteriores, se le aplicara la tasa o tarifa que corresponda. Tratándose de impuesto sobre la renta, se determinara previamente la utilidad fiscal mediante la aplicación al ingreso bruto estimado del coeficiente que para determinar dicha utilidad señala la ley del impuesto sobre la renta.

Los Hechos que se conozcan podrán ser Utilizados por la SHCP u otros Organismos Públicos (IMSS, INFONAVIT).

Los hechos que se conozcan con motivo del ejercicio de las facultades de comprobación previstas en este código, o en las leyes fiscales, o bien, que consten en los expedientes o documentos que lleven o tengan en su poder las autoridades fiscales, así como aquellos proporcionados por otras autoridades fiscales, de acuerdo al **Artículo 63**, podrán servir para motivar las resoluciones de la secretaría de hacienda y crédito publico y cualquier otra autoridad u organismo descentralizado competente en materia de contribuciones federales.

Las autoridades fiscales estarán a lo dispuesto en el párrafo anterior, sin perjuicio de su obligación de mantener la confidencialidad de la información proporcionada por terceros independientes que afecte su posición competitiva, a que se refiere el CFF.

CONCLUSIÓN DEL PROCESO DE REVISIÓN

Concluido el proceso de revisión por parte de las autoridades fiscales se debe dar a conocer al contribuyente visitado los resultados de la visita domiciliaria o revisión de gabinete, a decir:

Determinación y notificación de las contribuciones omitidas por parte de las Autoridades Fiscales.

Las autoridades fiscales que al practicar visitas a los contribuyentes o al ejercer las facultades de comprobación, conozcan de hechos u omisiones que entrañen incumplimiento de las disposiciones fiscales, de acuerdo al **Artículo 50**, determinaran las contribuciones omitidas mediante resolución que se notificara personalmente al contribuyente, dentro de

un plazo máximo de seis meses contado a partir de la fecha en que se levante el acta final de la visita.

Cabe destacar que en la resolución se debe señalar el plazo en que la misma puede ser impugnada.

Plazo para el pago de contribuciones omitidas.

Las contribuciones que las autoridades fiscales determinen como consecuencia del ejercicio de sus facultades de comprobación, así como los demás créditos fiscales, de acuerdo al **Artículo 65**, deberán pagarse o garantizarse, junto con sus accesorios, dentro de los treinta días siguientes a aquel en que haya surtido efectos su notificación.

En el caso de contribuyentes que carezcan de liquidez para afrontar el pago de diferencias derivadas de un proceso de revisión por parte de las autoridades fiscales, tienen como posibilidad que la propia autoridad previa solicitud les autorice el pago en parcialidades o de forma diferida, esto es:

Autorización de pago a plazos.

Las autoridades fiscales, de acuerdo al **Artículo 66**, a petición de los contribuyentes, podrán autorizar el pago a plazos, sin que dicho plazo exceda de doce meses para pago diferido y de treinta y seis para pago en parcialidades, siempre y cuando los contribuyentes:

I.- Presenten el formato que establezca para ese efecto el SAT.

II.- Paguen el 20 % del monto total del crédito fiscal al momento de la solicitud de autorización del pago a plazos.

El monto total del adeudo se integra por:

Las contribuciones omitidas actualizadas desde el mes en que se debieron pagar y hasta aquel en que se conceda la autorización.

+ Las multas actualizadas desde el mes en que se debieron pagar y hasta aquel en que se conceda la autorización.

+ Los accesorios distintos de las multas que tenga a su cargo el contribuyente a la fecha en que se solicite la autorización.

También se puede presentar el caso de que la autoridad fiscal pierda la posibilidad de determinar las contribuciones omitidas, por lo que habrá que estar atento a la siguiente condición:

Plazo de extinción de las Facultades de la Autoridad Fiscal para determinar las contribuciones omitidas.

Las facultades de las autoridades fiscales para determinar las contribuciones o aprovechamientos omitidos y sus accesorios, así como para imponer sanciones por infracciones a las disposiciones fiscales, de acuerdo al **Artículo 67**, se extinguen en el plazo de cinco años contados a partir del día siguiente a aquel en que:

I. Se presento la declaración del ejercicio, cuando se tenga obligación de hacerlo. En estos casos las facultades se extinguirán por años de calendario completos, incluyendo aquellas facultades relacionadas con la exigibilidad de obligaciones distintas de la de presentar la declaración del ejercicio. No obstante lo anterior, cuando se presenten declaraciones complementarias el plazo empezara a computarse a partir del día siguiente a aquel en que se presentan, por lo que hace a los conceptos modificados en relación a la última declaración de esa misma contribución en el ejercicio.

II. Se presento o debió haberse presentado declaración o aviso que corresponda a una contribución que no se calcule por ejercicios o a partir de que se causaron las contribuciones cuando no exista la obligación de pagarlas mediante declaración.

III. Se hubiere cometido la infracción a las disposiciones fiscales; pero si la infracción fuese de carácter continuo o continuado, el termino correrá a partir del día siguiente al en que hubiese cesado la consumación o se hubiese realizado la ultima conducta o hecho, respectivamente.

IV. Se levante el acta de incumplimiento de la obligación garantizada, en un plazo que no excederá de cuatro meses, contados a partir de los días siguientes al de la exigibilidad de las fianzas a favor de la federación constituidos para garantizar el interés fiscal, la cual será notificada a la afianzadora.

Cuándo se ampliará el plazo a diez años

Cuando el contribuyente no haya presentado su solicitud en el registro federal de contribuyentes, no lleve contabilidad o no la conserve durante el plazo que establece este código, así como por los ejercicios en que no presente alguna declaración del ejercicio, el

plazo de diez años se computara a partir del día siguiente a aquel en el que se debió haber presentado la declaración señalada.

En los casos en los que posteriormente el contribuyente en forma espontánea presente la declaración omitida y cuando esta no sea requerida, el plazo será de cinco años.

En los casos de responsabilidad solidaria, el plazo será de cinco años a partir de que la garantía del interés fiscal resulte insuficiente.

Cuándo se suspende el plazo

El plazo señalado en este artículo no está sujeto a interrupción y solo se suspenderá cuando se ejerzan las facultades de comprobación de las autoridades fiscales a que se refieren las fracciones II, III y IV del **artículo 42** de este código; cuando se interponga algún recurso administrativo o juicio; o cuando las autoridades fiscales no puedan iniciar el ejercicio de sus facultades de comprobación en virtud de que el contribuyente hubiera desocupado su domicilio fiscal sin haber presentado el aviso de cambio correspondiente o cuando hubiere señalado de manera incorrecta su domicilio fiscal.

El plazo de caducidad que se suspende con motivo del ejercicio de las facultades de comprobación antes mencionadas inicia con la notificación de su ejercicio y concluye cuando se notifique la resolución definitiva por parte de la autoridad fiscal o cuando concluya el plazo que establece el artículo 50 del CFF, para emitirla. De no emitirse la resolución se entenderá que no hubo suspensión.

En todo caso, el plazo de caducidad que se suspende con motivo del ejercicio de las facultades de comprobación, adicionado con el plazo por el que no se suspende dicha caducidad, no podrá exceder de diez años. Tratándose de visitas domiciliarias y de revisión de la contabilidad en las oficinas de las propias autoridades o de la revisión de dictámenes, el plazo de caducidad que se suspende con motivo del ejercicio de las facultades de comprobación, adicionado con el plazo por el que no se suspende dicha caducidad, no podrá exceder de seis años con seis meses o de siete años, según corresponda.

Las facultades de las autoridades fiscales para investigar hechos constitutivos de delitos en materia fiscal, no se extinguirán conforme a este artículo.

Los contribuyentes, transcurridos los plazos a que se refiere este artículo, podrán solicitar se declare que se han extinguido las facultades de las autoridades fiscales.

Conclusiones-Recomendaciones

Una vez comentada la parte que norma a las revisiones fiscales, tan temidas en muchos casos por los contribuyentes, especialmente por las pequeñas y medianas empresas, tradicionalmente conocidas como “Auditorias”, finalmente se aborda el punto referente a las recomendaciones tanto de carácter preventivo, como puntos a considerar en la atención del proceso de revisión por parte de las autoridades fiscales, a decir:

- ❖ Presentación en tiempo de declaraciones de impuestos, sean estas provisionales, definitivas, anuales o informativas; aun en el caso de que el contribuyente no cuente

con la liquidez suficiente para pagar el valor determinado, hay que pagar “lo que se pueda”, cabe recordar que existe la figura de las “declaraciones complementarias”

- ❖ La Secretaria de Hacienda y Crédito Público independientemente de la normativa fiscal y fundamentos legales, hace uso de la lógica, por tanto no es creíble que se declare de forma recurrente pérdidas, ¿que empresario invierte para perder? En razón de la reflexión anterior es necesario operar bajo un esquema de generación de utilidades, esto es, con números negros.
- ❖ En nuestro medio muchos empresarios juegan sin ningún sustento legal a la planeación fiscal, bajo esquemas de pagos mínimos o simplemente aplicando la cultura del no pago, ello los ubica en una condición de riesgo fiscal elevado; los mal entendidos ahorros fiscales resultan ser muy onerosos.
- ❖ La aplicación de la cultura fiscal en el cumplimiento de las obligaciones impuestas por las leyes, resulta ser el mejor antídoto y / o medida respecto del riesgo de recibir una revisión por parte de alguna autoridad fiscalizadora.
- ❖ Es deber de todo profesional de la contaduría pública que los contribuyentes que asesora, tengan en lo posible una situación fiscal regular, cumplan íntegramente con su marco de obligaciones impositivas y que su condición tributaria no se encuadre dentro de las figuras legalmente tipificadas como infracciones o delitos fiscales, una parte importante de su actuación es que debe resaltar una función bivalente; es decir por unja parte proteger sus intereses, pero a la vez hacer valer sus derechos, incluso recurriendo a los medios de defensa del contribuyente, en el caso de que se evidencien excesos o abusos por parte de la autoridad.
- ❖ En el infortunio de ser sujeto de una auditoria directa, es necesario y recomendable:

- Recibir el documento de notificación correspondiente, designando a petición del visitador a los testigos que el procedimiento amerita.
 - Ni el contribuyente o su representante legal se deben oponer al inicio y desarrollo del proceso de revisión.
 - Es necesario poner a disposición de los visitadores (auditores fiscales), los documentos e información que les sean solicitados.
 - El contribuyente o su representante deben recibir las actas (iniciales, parciales y finales), que deriven del proceso de revisión.
 - Aun cuando no se ubiquen en la “figura de contribuyente voluntario a dictaminarse con alcances fiscales”, muchos lo hacen de forma preventiva, esto sin duda alguna es una buena medida por parte de los empresarios, toda vez que todo requerimiento de información asociado al ejercicio revisado previamente por el contador público registrado (CPR), la autoridad fiscal por estricto que sea su proceso de revisión seguramente no localizara decencias para establecer el crédito fiscal
 - Sin duda alguna la figura del DICTAMEN FISCAL, voluntario o bien preventivo constituye un aval ante las autoridades fiscales sobre el cumplimiento y en su caso se revela el incumplimiento de las obligaciones de carácter fiscal.
 - Una ventaja más para considerar es la que encuentra el contribuyente que hace dictaminar con alcances fiscales sus estados financieros por CPR, está en la consideración que plantea el CFF en su artículo 47
- CONCLUSIÓN
ANTICIPADA DE LAS VISITAS POR PARTE DE LAS AUTORIDADES**

FISCALES, donde al texto se cita “Las autoridades fiscales deberán concluir anticipadamente las visitas en los domicilios fiscales que hayan ordenado, cuando el visitado se encuentre obligado a dictaminar sus estados financieros por contador público autorizado o cuando el contribuyente lo haga de forma voluntaria, lo anterior bajo la consideración de que en el dictamen no exista abstención de opinión, opinión negativa o salvedades que tengan implicaciones fiscales.

- Por último, el contribuyente debe valorar que si a la luz de los resultados de la revisión, se considera que estos son inadecuados o existe un exceso en los actos de autoridad, existe la PROCURADURÍA DE LA DEFENSA DEL CONTRIBUYENTE, quien se encarga de “La protección y defensa de los derechos e intereses de los contribuyentes en materia fiscal y administrativa”, correspondiéndole la asesoría, representación y defensa de los contribuyentes que soliciten su intervención, en todo tipo de asuntos emitidos por autoridades administrativas y organismos federales descentralizados, así como, determinaciones de autoridades fiscales y de organismos fiscales autónomos de orden federal.

Bibliografía

CODIGO Fiscal de la Federación 2014, Editorial ECASA, México.

CODIGO de Ética Profesional 2014.- Fondo Editorial del Instituto Mexicano de Contadores Públicos IMCP , México.

CONSTITUCION Politica de los Estados Unidos Mexicanos (2010) Editorial Purrua Hermanos S .A., México.

H. Servicios Empresariales S:C, Notas técnicas de la firma.

HOOPRER, Gaona, Altieri S.C., Notas técnicas de la firma.

Riesgos financieros y crecimiento en microempresas manufactureras hidalguenses

Mtra. Suly Sendy Pérez Castañeda

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Cd. Sahagún

ssendy_2005@yahoo.com.mx

771 7172000 ext 5300

María Isabel Quiroz Hernández

Pasante de Contaduría

Resumen

Todos los negocios en un mercado libre se exponen al riesgo y así nace la inquietud de aplicar conceptos y técnicas sobre el riesgo que realmente tengan valor para inexpertos en la materia; sin embargo, se observa que la gestión de los riesgos en empresas no financieras y aún más en las microempresas, está lastrado por la ausencia de técnicas que permitan gestionar los riesgos propios de su actividad a pesar de reconocer que una gestión de riesgos puede convertirse en uno de los elementos que las diferencien de la competencia y por lo tanto las hagan permanecer y crecer en el mercado. De ahí el interés de estudiar los riesgos empresariales en microempresas manufactureras en Cd. Sahagún, estado de Hidalgo, México, para identificar si existe relación entre los niveles de exposición y su crecimiento, dado que se reconoce que estas empresas representan una parte esencial del tejido empresarial regional, nacional e internacional y su contribución al empleo y a la generación de riqueza es innegable por el número de unidades económicas y personal ocupado que tienen.

Introducción:

Desde que el banco de inversión JP Morgan publicara en 1994 su conocida metodología Risk Metrics para medir el riesgo de mercado de una cartera de títulos, las entidades financieras han avanzado notablemente en la gestión de los riesgos inherentes a su actividad (Palma, 2011). Tanto es así, que muchas entidades financieras hoy en día se conciben como gestores de riesgos, que buscan asumirlos porque saben medirlos para obtener una rentabilidad más que suficiente para cubrirlos.

Sin embargo, la mayoría de las empresas no financieras no han utilizado la gestión de riesgos para obtener los mismos beneficios que éstas debido, de acuerdo a De la Fuente y De la Vega (2003), a la ausencia de un conjunto de técnicas que permitan medir, evaluar y gestionar los riesgos propios de este tipo de entidades. En contraste, existen técnicas para los riesgos financieros principalmente, pero el componente de este riesgo en las empresas fuera del ámbito financiero y sobre todo en las microempresas es, con distintos grados, una parte menor de sus riesgos.

Dada la muy escasa gestión de riesgos en empresas no financieras y nulas en las microempresas, el presente documento tiene como finalidad presentar el diseño de un proyecto de investigación que identificar el impacto de los riesgos empresariales en microempresas manufactureras que se desempeñan fuera del ámbito financiero y evaluar su relación con el crecimiento.

Aunque el proyecto abordó todos los riesgos empresariales (financieros, operativos, estratégicos y del entorno), el presente trabajo solo presenta los riesgos financieros y su

relación con el crecimiento de las microempresas hidalgüenses a partir de la metodología del Enterprise Risk Management.

Revisión de la literatura

Enterprise risk management (ERM): Antecedentes ERM

Según Arenas (2008), hacia fines de septiembre de 2004, como respuesta a una serie de escándalos e irregularidades que provocaron pérdidas importantes a inversionistas, empleados y otros grupos de interés, nuevamente el Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission publicó el Enterprise Risk Management - Integrated Framework y sus aplicaciones técnicas asociadas, el cual amplía el concepto de control interno, proporcionando un foco más robusto y extenso sobre la identificación, evaluación y gestión integral de riesgo.

Este nuevo enfoque no intenta ni sustituye el marco de control interno, sino que lo incorpora como parte de él, permitiendo a las compañías mejorar sus prácticas de control interno o decidir encaminarse hacia un proceso más completo de gestión de riesgo.

Según de la Rosa (2007), desde sus orígenes la gestión de riesgo empresarial (ERM, por sus siglas en inglés) ha evolucionado hasta convertirse en una función de gestión ampliamente desarrollada. Ha avanzado hacia áreas de negocios que originariamente se consideraban no relacionadas. Esta evolución hacia un enfoque del riesgo como cartera admite que los riesgos están interrelacionados y que se pueden obtener importantes beneficios a partir de la evaluación y supervisión del riesgo en la organización.

De acuerdo a Ruano (2006) el Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), en 1992, publicó un informe denominado Internal Control – Integrated Framework (IC-IF), conocido también como COSO I, que fue adoptado por el sector público y privado en USA, por el Banco Mundial y el BID y se extiende rápidamente por todo Latinoamérica. Debido al aumento de preocupación por la administración de riesgos, COSO determinó la necesidad de la existencia de un marco reconocido de administración integral de riesgos.

La premisa subyacente de ERM es que toda entidad, tenga o no fines de lucro o sea una entidad gubernamental, existe para proveer valor a sus “grupos de interés”. Para Ambrosone (2007) toda entidad enfrenta la incertidumbre y el desafío para la gerencia es determinar cuanta incertidumbre la entidad está dispuesta a aceptar en su esfuerzo por aumentar el valor para sus “grupos de interés”. La incertidumbre presenta tanto riesgos como oportunidades, y puede generar tanto deterioro como crecimiento del valor. En este sentido, la gestión de riesgos corporativos le permitirá a la gerencia tratar a la incertidumbre de una manera eficaz, y administrar los riesgos y oportunidades asociados, con la finalidad de generar más valor.

Riesgo financiero

Para de la Fuente & de la Vega (2003), los riesgos financieros son los riesgos que están asociados a la naturaleza de las operaciones financieras y que son aquellos en los que se piensa en primer lugar al hablar de gestión de riesgos como puede ser el riesgo de crédito de los deudores o el riesgo de mercado de la cartera de inversiones financieras. Por lo que este será el concepto considerado para el presente estudio.

Crecimiento empresarial

Para Udima (2009) el crecimiento empresarial implica cambios o mutaciones, estos debidos a la interdependencia entre los elementos del sistema-empresa, que se reflejarían con mayor o menor intensidad en las inversiones, ventas, productos, resultados, etc.

Gibrat (1931) fue el primero en plantear la idea del crecimiento empresarial, definiéndolo como la variación del tamaño de una empresa entre dos periodos de tiempo. Esta definición plantea que, para poder medir el crecimiento de una empresa, se tiene que conocer su tamaño en dos periodos de tiempo. Esto explica que la mayoría de los autores se centren en el estudio del tamaño de las empresas, puesto que la definición del concepto de tamaño debe ser previa y necesaria a la determinación de un criterio para poder medir el crecimiento empresarial.

Finalmente, Margalef (2000) enfoca el crecimiento no como un objetivo primordial de la empresa, sino como un medio para alcanzar otras metas, de tal forma que internamente promueva el pleno rendimiento de los factores productivos, al buscar su mayor eficiencia o como respuesta a un entorno competitivo que obliga a la empresa a expandirse para evitar la pérdida de competitividad futura.

Con base en los autores anteriores, se entenderá por crecimiento empresarial la variación que se da entre dos periodos de tiempo en una entidad en cuanto a magnitudes económicas y complejidad de la organización empresarial. Para medirlo, en el presente estudio se consideraron las ventas, a partir de lo Neffa (2014) menciona: en el largo plazo, para que el crecimiento sea sustentable, debe provenir de incrementos en las ventas.

Objetivo

A partir del contexto anterior, se plantea el siguiente objetivo de investigación: Identificar la relación de los riesgos empresariales con el crecimiento de las microempresas manufactureras hidalguenses.

Metodología:

Respecto al tipo de estudio, este es descriptivo-cuantitativo, al buscar caracterizar el perfil de las microempresas hidalguenses a partir su exposición a los riesgos empresariales y al buscar inferencias más allá de los datos, dado que el estudio se interesa más por los resultados que por el proceso...

En cuanto al diseño de investigación, este fue no experimental, al no haber manipulación deliberada de variables. Dicho de otra forma, se observarán las microempresas manufactureras tal y como están en su contexto natural para después analizarlas; transversal, pues evaluará a las microempresas en un momento dado, en un punto de tiempo determinado, es decir, se recolectarán datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede.

Finalmente, para la medición de riesgos se utilizó la metodología propuestas por el ERM, haciendo uso del instrumento de medición IEREM (Pérez, Campos, García, 2013), el cual recoge información de identificación de las empresas, seguido del crecimiento y finalmente de los riesgos.

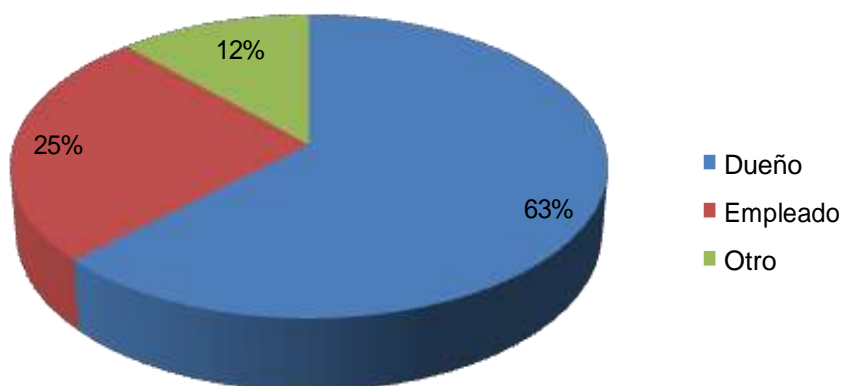
Resultados

A partir de la información recolectada de las microempresas manufactureras de Cd.

Sahagún, los resultados son:

Datos de identificación: posición del entrevistado

Gráfico 1. Posición del entrevistado



Fuente: Resultados obtenidos a partir de las entrevistas con microempresarios

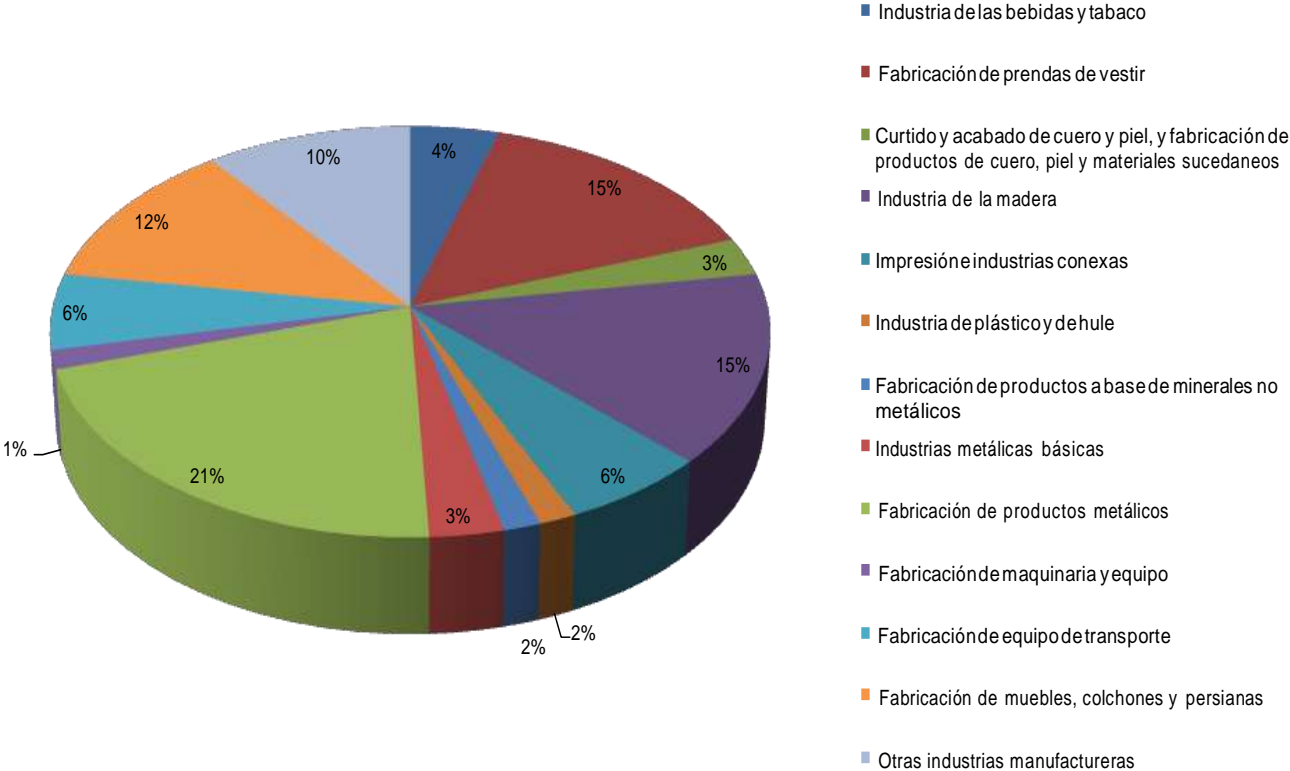
Del 100% de empresarios encuestados, el 63% era dueño, el 25% empleados y el 12% tenía otra relación con la empresa.

Datos de identificación: subsector al que pertenece la microempresa

Del 100% de las microempresas entrevistadas, el 21% pertenece a la fabricación de productos metálicos; el 15% a la fabricación de prendas de vestir; el 15% a la industria de la madera; el 12% a la fabricación de muebles, colchones y persianas; el 10% se dedica a otras industrias manufactureras; el 6% se dedica a la fabricación de productos a base de minerales no metálicos; 6% se dedica a la fabricación de equipo de transporte; el 4% se

dedica a las industrias de bebida y tabaco; el 3% se dedica al curtido y acabado de cuero y piel, y fabricación de productos de cuero, piel y materiales sucedáneos; el 3% se dedica a industrias metálicas básicas; el 2% se dedica a industria de plástico y hule, el 2% se dedica a fabricación de productos a base de minerales no metálicos; el 1% se dedica a la fabricación de maquinaria y equipo.

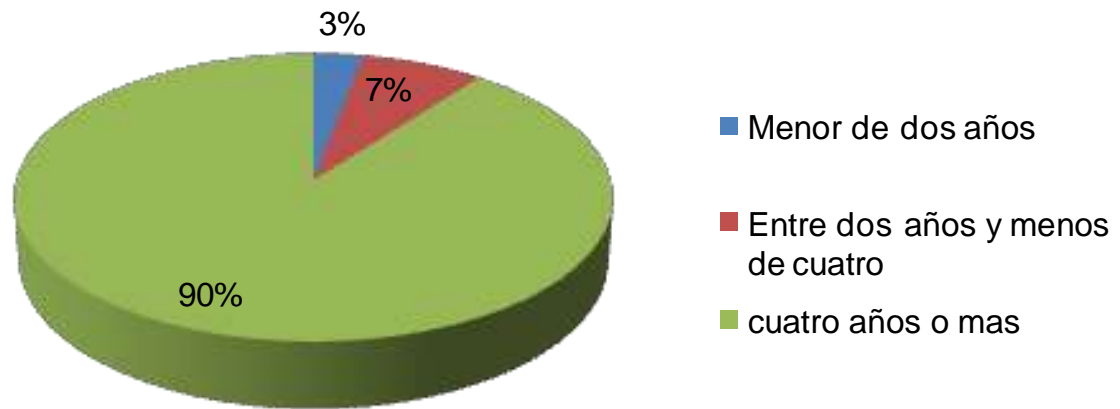
Grafico 2. Sector perteneciente



Fuente: Resultados obtenidos a partir de las entrevistas con microempresarios

Datos de identificación: antigüedad

Gráfico 3. Antigüedad del negocio

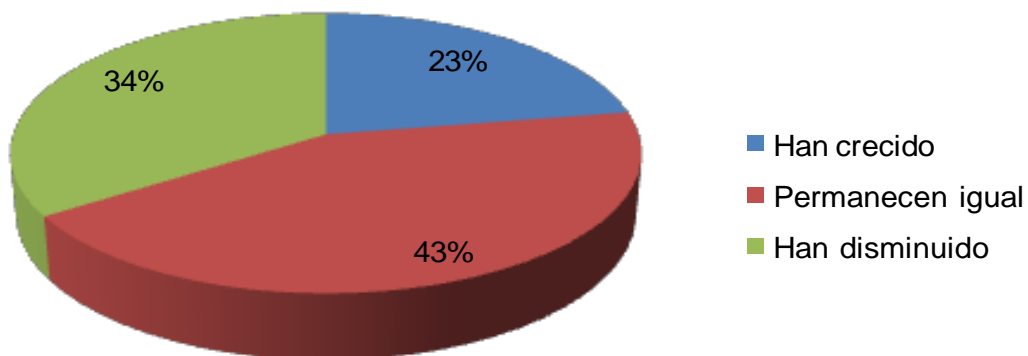


Fuente: Resultados obtenidos a partir de las entrevistas con microempresarios

Del 100% de las empresas entrevistadas, el 90% tiene 4 años o más de antigüedad; el 7% tiene entre 2 o más años y menos de 4 y el 3% es menor a 2 años.

Crecimiento: ventas

Gráfico 4. Crecimiento del negocio en cuanto a ventas

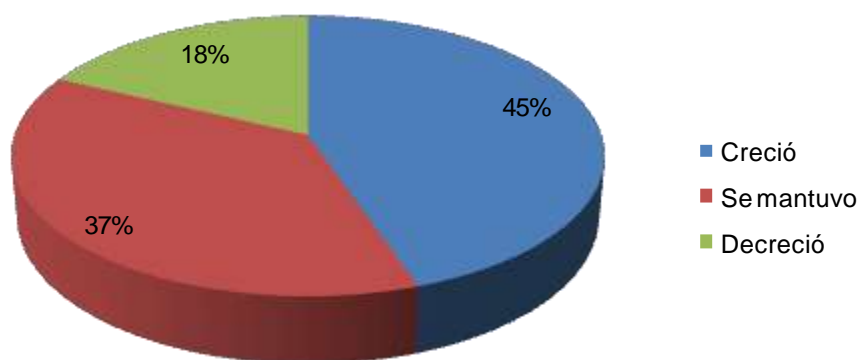


Fuente: Resultados obtenidos a partir de las entrevistas con microempresarios

Del 100% de las empresas que se entrevistaron, el 43% mencionó que sus ventas permanecen igual si las comparamos desde que iniciaron actividades hasta ahora; para el 23% han crecido y para el 34% han disminuido.

Crecimiento: número de empleados

Grafico 5. Crecimiento con base en número de empleados



Fuente: Resultados obtenidos a partir de las entrevistas con microempresarios

Del 100% de los empresarios entrevistados, el 45% mencionó que el número de empleados ha aumentado si se compara desde que iniciaron actividades hasta ahora, el 37% se mantuvo y 18% decreció.

Riesgos: financieros

De acuerdo a la metodología ERM, los riesgos deben medirse en viabilidad e impacto. Para la evaluación de la viabilidad, se selecciona una categoría del 1 al 5 en relación a la probabilidad de que el riesgo se materialice, lo cual se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Parámetros de viabilidad

Puntuación	Viabilidad	Parámetro de viabilidad
1	Rara vez	Puede ocurrir sólo en circunstancias excepcionales
2	Pocas veces	Podría ocurrir alguna vez
3	Algunas veces	Debería ocurrir alguna vez
4	Frecuentemente	Probablemente ocurra una vez
5	Siempre	Ocurrirá en muchas circunstancias

Fuente: Palma (2011).

Para la evaluación del impacto, se selecciona alguna de las consecuencias potenciales del suceso, también en una escala de 1 a 5, como se muestra en la tabla 2.

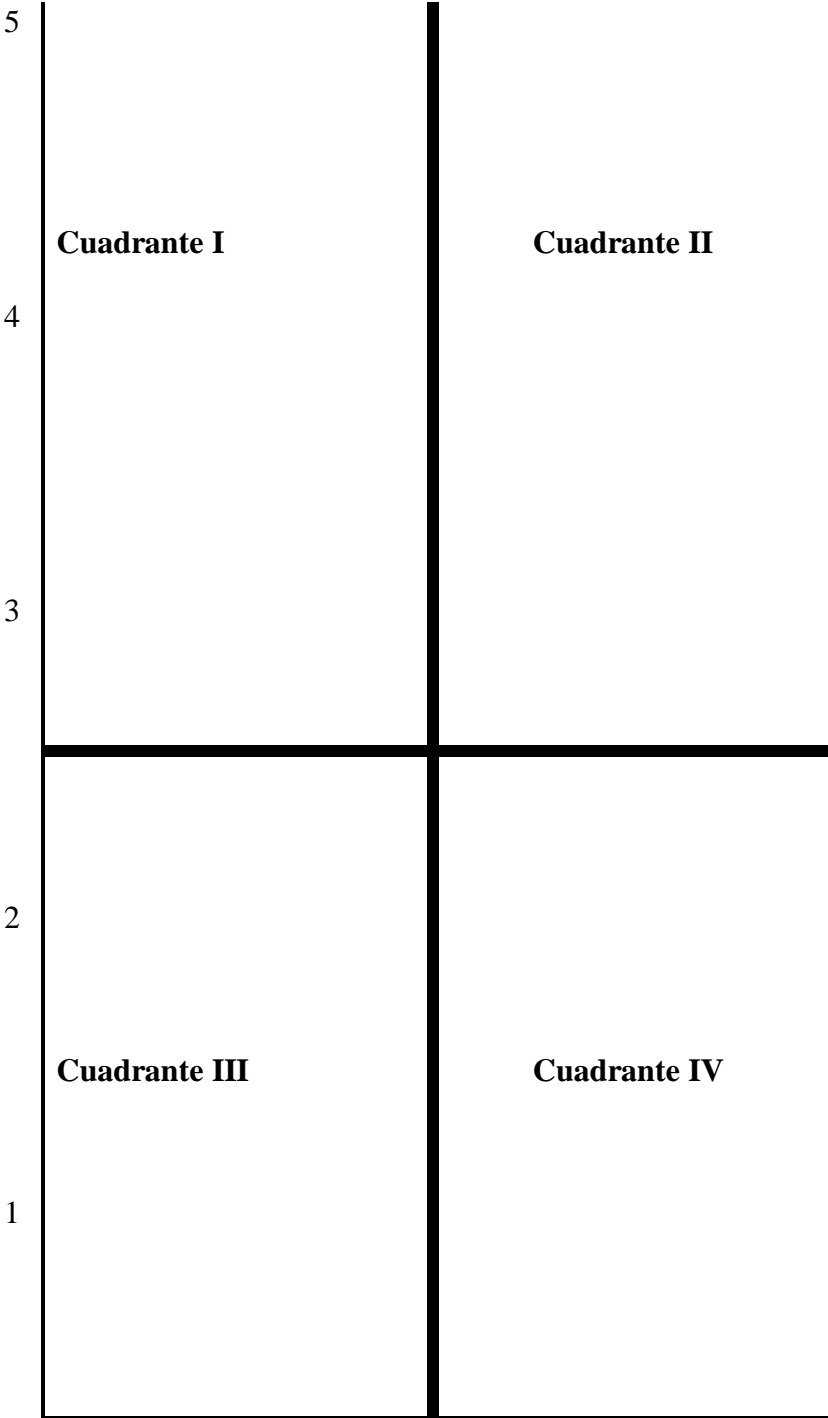
Tabla 2. Parámetros de impacto

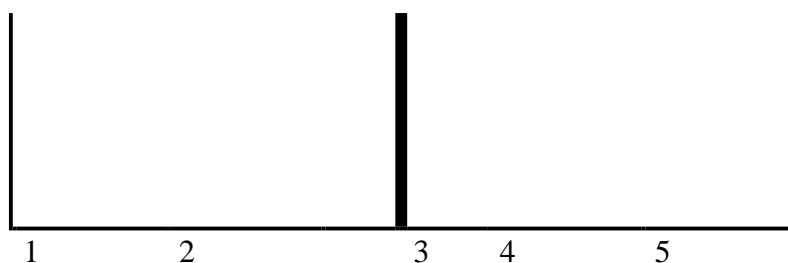
Puntuación	Viabilidad	Parámetro de impacto
1	Insignificante	No impacta en los clientes
2	Menor	Posibilidades de suspensión de servicios pero el impacto en los clientes es insignificante
3	Moderado	Repercusiones significativas en los clientes
4	Mayor	Suspensión prolongada de servicios
5	Masivo	Afecta a muchos clientes

Para calcular los niveles de Fuente: Palma (2011). exposición de los riesgos financieros, de acuerdo al ERM, por cada puntuación de los factores de viabilidad e impacto se obtiene un promedio y éste es ubicado en el cuadro de evaluación de riesgos

(Figura 1), en el cual se identifican cuatro cuadrantes, considerando el eje de las Y como viabilidad y el eje de las X de impacto, con la interpretación de cada cuadrante mostrada en la tabla 6:

Figura 1. Cuadro de evaluación de riesgos





Fuente: Elaboración propia con base en la metodología ERM

Tabla 3. Interpretación de los cuadrantes

Cuadrante I –	El nivel de riesgo es relativamente significativo pero no ocurre frecuentemente.
Cuadrante II -	El nivel de riesgo es relativamente significativo y ocurre frecuentemente.
Cuadrante III -	El nivel de riesgo no tiene un significativo impacto y no ocurre frecuentemente.
Cuadrante IV -	El nivel de riesgo no tiene un significativo impacto pero ocurre.

Fuente: Elaboración propia con base en la metodología ERM

De acuerdo a lo anterior, los promedios que se obtuvieron de las entrevistas realizadas a los microempresarios se muestran en la tabla 4.

Tabla 4. Riesgo financiero

Indicador	Viabilidad	Impacto
Estructura de capital	1.7	1.8
Mercado	1.7	1.8
Crédito	2.2	2.2

Liquidez	2.3	2.5
Tesorería	1.8	1.9
Contabilidad	2.0	1.8

Fuente: propia a partir de las entrevistas con microempresarios

Considerando el eje de las X para ubicar la viabilidad y el eje de las Y para impacto, se observa que los riesgos financieros de las microempresas estudiadas se ubican en el cuadrante 3, es decir, no tienen un impacto significativo y no ocurren frecuentemente.

Asimismo, la metodología ERM establece que después de medir los riesgos en viabilidad e impacto y ubicarlos en el cuadrante de riesgos, se deben jerarquizar para identificar aquellos que tienen mayor nivel de exposición y atenderlos con oportunidad.

Dado que los riesgos se midieron en una escala de 1 a 5, se deben convertir los valores a base y multiplicar el valor de viabilidad por impacto y a partir de este producto jerarquizarlos del mayor a menor valor, quedando de la siguiente manera:

Tabla 5. Jerarquización de riesgos

Riesgo	Viabilidad	Impacto	Exposición	Jerarquía
Estructura de capital	3.4	3.6	11.98	6
Mercado	3.5	3.6	12.40	5
Crédito	4.4	4.5	19.51	2
Liquidez	4.7	4.9	23.08	1
Tesorería	3.7	3.8	14.03	4

Contabilidad	4.0	3.7	14.80	3
--------------	-----	-----	-------	---

Fuente: propia a partir de las entrevistas con microempresarios

Los resultados muestran que a pesar de que estos riesgos suceden con poca frecuencia y tienen poco impacto, es necesario poner atención en el riesgo de liquidez, ya que presenta un valor de 23.08, que en relación a los otros riesgos lo pone como el de mayor nivel de exposición, seguido del riesgo de crédito, con una valoración de 19.51; después de ubican el de contabilidad, con 14.80; Tesorería con 14.03; Mercado, con 12.40 y Estructura de capital con 11.98.

Con los análisis descriptivos hechos se puede inferir alguna relación entre riesgos financieros y crecimiento, en términos de ventas y empleados, pues las microempresas entrevistadas muestran crecimiento y además riesgos bajos; sin embargo se considera necesario hacer análisis inferenciales para determinar la posible relación que se observa de manera descriptiva.

Conclusiones

A partir del estudio realizado, se obtienen como conclusiones los siguientes puntos:

Que ante la carencia de metodologías de evaluación de riesgos para microempresas fuera del ámbito financiero, lo propuesto por el Enterprise Risk Management establece un procedimiento aplicable a este sector económico del país, lo que se convierte en una herramienta útil y de fácil aplicación, que no requiere de conocimientos especializados para

que los propios dueños de las entidades puedan automedirse y tomar mejores decisiones a partir de los resultados que obtengan.

Respecto a las características de las microempresas manufactureras del estudio, éstas no son nuevas, un alto porcentaje tiene más de 4 años de permanencia en el mercado lo que indica que sus estrategias y decisiones han sido acertadas para conservarse en un contexto competitivo superando la etapa crítica que dice la literatura las microempresas tienden a desaparecer.

En cuanto a la evaluación de los riesgos financieros de las microempresas manufactureras estudiadas, éstos se ubican dentro del cuadrante de menor exposición (Cuadrante III), es decir, el que muestra poca frecuencia de estos riesgos y cuando suceden, tienen poco impacto en el funcionamiento de la entidad. Sin embargo el riesgo en que hay que poner atención en la liquidez y crédito, pues muestran los dos niveles de exposición más alto de los financieros.

Respecto a la relación de los riesgos financieros con el crecimiento de las microempresas, se concluye que a pesar de ver alguna relación a partir del análisis descriptivo, no es suficiente para determinar la relación, de tal forma que se hace necesario hacer análisis inferenciales que permitan determinar esta relación.

Bibliografía

- Ambrosone, M. (2007) La administración del riesgo empresarial: Una responsabilidad de todos, el enfoque COSO, consultado el 10 de marzo del 2014 en: <http://ayhconsultores.com/img/COSO.pdf>
- Arenas, Sandra. COSO, Procesos de Negocios, Control y Riesgo Operacional, Consultado el 10 de marzo del 2014 en: <http://www.pwc.com/cl/es/cursos/finanzas-y-analisis-cuantitativo/coso-ii-enfoque-para-administracion-corporativa-de-riesgos.jhtml>
- Bibian, C. (2013). Mide el éxito de tu empresa paso a paso. Expansión CEO, consultado el 12 de marzo del 2014, en <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2013/01/23/la-trampa-de-las-cifras>
- Blánquez, F., Dorta, J. & Verona, M. (2006). Cuadernos de administración. Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial, consultado el 12 de marzo del 2014, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-35922006000100007&script=sci_arttext
- David Ceballos, David Cantarero y Marta Pascual Quaderns de Política Econòmica. Revista electrònica. 2ª época. Vol. 10, Mayo -Agosto 2005 <http://www.uv.es/~qpe/revista/num10/5desigual.pdf>
- De La Fuente, L. Y De La Vega, G. (2003) Gestión De Riesgos: Tratamiento contable, La Gestión de riesgos en empresas no financieras, Consultado el 10 de marzo del 2014 en: <http://empresas.wke.es/proysan/11113.pdf>
- De la rosa, S. Como avanzar en la gestión del riesgo empresarial, Consultado el 24 de Febrero del 2014

en:https://na.theiia.org/translations/Spanish%20Documents/delaRosa_june07_artok_2_spa_2.pdf

- Escalera, J. (2011). ¿Qué es Administración de Riesgos Empresarial (ERM) y Administración de la Continuidad del Negocio (BCM) Consultado el 10 de marzo del 2014 en <http://www.riskmexico.com/articulos/administracion-de-riesgos-empresarial/>
- Estupiñan, R. (2009) http://www.javeriana.edu.co/fcea/pos_contaduria/III_revisoria_fiscal/ponencia_rodri_igo_estupinan_u_rosario.pdf
- Instituto de Auditores Internos de Perú: "Declaración de Posición sobre la Auditoría Interna Basada en Riesgos". http://www.iaiperu.org/index.php?option=com_content&view=article&id=89:que-es-la-gestion-de-riesgo-empresarial-gre-y-que-funcion-cumple-auditoria-interna-en-la-misma&catid=49:preguntas-frecuentes&Itemid=40
- Martínez, L. (2010) Realidad, sujeto y objeto. Slide Share. Recuperado el 10 de Febrero 2014 de: <http://www.slideshare.net/LuisMartnez3/realidad-sujeto-y-conocimiento>
- Mercado, T. (2005) Gestión De Riesgos: Tratamiento contable La Gestión de riesgos en empresas no financieras <http://empresas.wke.es/proysan/11113.pdf>
- Neffa, G. (2014). Cómo medir el crecimiento de una empresa antes de invertir, Sala de inversión, consultado el 12 de marzo del 2014, de <http://www.saladeinversion.com/formacion/como-medir-crecimiento-empresa-antes-invertir-acciones-cfds-mercados-formacion-educacion/>

- Ruano Diez, R. COSO II – ERM y el Papel del Auditor Interno, Consultado el 27 de Febrero del 2014 en:<http://auditor2006.comunidadcoomeva.com/blog/uploads/1PresentacinRafaelRuano-PriceWaterHouseCoopers-COSOII-ERMyelRoldelAuditorInterno.pdf>
- Udimá (2009). El crecimiento como objetivo de la empresa. Adeudima.com, consultado el 12 de marzo del 2014, de http://www.adeudima.com/?page_id=613

Cambios e innovación: una visión estratégica para el desarrollo
Se terminó de editar en Marzo del 2015 en
las instalaciones de la FCEA de la UAT
Av. Ribereña S/N Col. Centro Tlaxcala, Tlaxcala. CP. 90000

Responsable de Edición:
Denisse Luna Escamilla
Con un tiraje de 250 ejemplares

Este libro recoge los trabajos de investigación llevados a cabo por profesores universitarios y profesionales de distintas instituciones y países en el **2º Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Económico Administrativas**.



<http://www.uaeh.edu.mx/campus/icea/>