

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

REVISTA DIGITAL

ISSN 2594-1763

WWW.CONGRESO CIICA.UNACH.MX

VOLUMEN NÚMERO

1

5

DICIEMBRE 2022



CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

REVISTA DIGITAL

ISSN 2594-1763

Comité Editorial

Dr. Juan Carlos Román Fuentes
Dra. Rebeca Román Julián
Dra. Isabel Pérez Pérez
Dra. Rita Virginia Ramos Castro
Dra. Carolina Gómez Hinojosa
Dra. Elisa Gutiérrez Gordillo
Mtro. Carlos Alberto Pacheco Sánchez

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN. Año 5, Volumen 1, diciembre 2022, es UNA PUBLICACIÓN PERIÓDICA REVISTA EN VERSIÓN DIGITAL www.congresociica.unach.mx editada por la Universidad Autónoma de Chiapas, Boulevard Belisario Domínguez Kilómetro 1081 Colonia Terán, C.P. 29050, Tuxtla Gutiérrez Chiapas, México. (961) 1742481. Editor responsable Dra. Magali Mafud Toledo. “Reservas de derechos al Uso Exclusivo No. 04-2022-0503-14103700-102, ISSN 2594-1763. Ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor”, Especie Revista, responsable de la última actualización de este número Dra. Magali Mafud Toledo Edificio E Facultad de Contaduría y Administración Campus I. Boulevard Belisario Domínguez Kilómetro 1081 Colonia Terán, C.P. 29050, Tuxtla Gutiérrez Chiapas, México. Fecha de la última modificación, diciembre de 2022.

Los artículos y el respeto a los derechos de autor de cada uno de ellos, son responsabilidad exclusiva de los autores de cada contribución. Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del editor responsable.



Contenido

Discriminación laboral en la comunidad LGBTTTTIQA+ como recurso humano en las empresas de Tonalá, Chiapas <i>Dra. Julia María Marroquín Figueroa; Lic. Lino Chirino Ruiz; Dr. Jorge Alberto Esponda Pérez; Dra. Reyna Esperanza Zea Gordillo</i>	1
Análisis y gestión del talento humano en el entorno BANI <i>Dra. Yhadira Huicab García; Dra. Kenia Landero Valenzuela</i>	28
Red regional de producción y comercialización de productos agroecológicos <i>Dra. Blanca Estela Molina Figueroa</i>	45
El liderazgo transformacional, como estrategia de cambio en las micro, pequeñas y medianas empresas de Tuxtla Gutiérrez Chiapas <i>Dr. Marco Antonio Romero Gutiérrez; Dra. Magali Mafud Toledo; Dra. Joselyne Guadalupe Pérez Hernández; Dra. Karina Milene García Leal</i>	59
Mezcla de Mercadotecnia para la elaboración de la butifarra artesanal en Tonalá, Chiapas. C. Juana Adriana González Zavala; Dra. Georgete Alexandra Orantes Zenteno; Dra. Laura de Jesús Velasco Estrada	75
La auditoría como parte del análisis de riesgos en las empresas familiares <i>Dr. Julio César González Caba; Dr. Felipe de Jesús Gamboa García; Mtro. Santiago de Jesús Rejón Delgado</i>	89
La norma ISO 9000 y su implementación como sistema de gestión de la calidad en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas <i>Dr. Carlos de Jesús López Ramos; Dr. Sergio Ignacio Torres Solís</i>	104
Diseño de un modelo asociativo de formación para los micronegocios de la zona El Rodeo <i>C. John Henry Méndez Beltrán; C. Maribel Díaz Ortiz</i>	119
Egresados de Sistemas Computacionales: características, percepciones y opiniones sobre su formación profesional <i>Dr. Juan Carlos Román Fuentes; Dra. Rebeca Román Julián; Rafael Timoteo Franco Gurría; Dra. Dora del Carmen Aguilar Domínguez</i>	126
Aplicación móvil inteligente para la elaboración del estado de costo de producción de lo vendido en entidades industriales <i>Dr. Juan Pedro Benítez Guadarrama; Mtra. Brenda Anahí Pérez Elizondo</i>	156
Educación y tecnología: uso de App educativas para el cumplimiento de Objetivos de Desarrollo Sostenible <i>Dra. Isabel Pérez-Pérez; Dra. Silvia Sanz-Blas; Dra. Daniela Buzova</i>	175
Profesionalización de una mipyme familiar perteneciente al sector hotelero en el municipio de Balancán, Tabasco <i>Dra. Kenia Landero Valenzuela; Dra. Yhadira Huicab García</i>	188
Desarrollo turístico de Berriozábal, Chiapas, como Pueblo Mágico <i>Dra. Carolina Gómez Hinojosa, Lic. Rode Jazmín Morales Gutiérrez, Mtro. Gabriel Velázquez Castillejos, Dr. José Rodolfo Mundo Gómez</i>	203

Estrés académico en estudiantes universitarios de la Licenciatura en Gestión Turística de la UNACH <i>Dra. Marisol de Jesús Mancilla Gallardo; Dra. Elisa Gutiérrez Gordillo; Dra. María Minerva López García;</i> <i>Dra. Rita Virginia Ramos Castro</i>	217
Estudio de mercado para la oferta de experiencias gastronómicas de turismo rural en San Miguel Canoa, Puebla <i>Mtro. Ángel de Jesús Osorio Ochoa, Mtra. Judith Amalia Paz Mendoza; Mtro. Ernesto Amozoc Calyeca</i>	227
Las MIPyMES en México y su prospectiva de crecimiento durante la pandemia del Covid-19 <i>Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez, Dr. Enoch Yamil Sarmiento Martínez, Dr. Pedro Antonio Chambé Morales,</i> <i>Dr. Roberto de Jesús Cruz Castillo</i>	246

Discriminación laboral en la comunidad LGBTTTIQA+ como recurso humano en las empresas de Tonalá, Chiapas

Dra. Julia María Marroquín Figueroa¹; Lic. Lino Chirino Ruiz²; Dr. Jorge Alberto Esponda Pérez³ Dra. Reyna Esperanza Zea Gordillo⁴

Resumen

La investigación se desarrolla con la finalidad de dar una mayor visibilidad a temas actuales que por años han sido ignorados por la sociedad, y como consecuencia la información sobre la Discriminación Laboral enfocada a la comunidad LGBTTTIQA+ ha sido inexistente.

Actualmente la exclusión laboral es un tema del día a día; tal parece ser que se le da muy poca importancia, enfocándonos en el colectivo LGBTTTIQA+ quienes laboran o han laborado en empresas de Tonalá, Chiapas.

Considerado un tema de vital importancia y gran relevancia a nivel mundial en especial nacional existen insuficientes estudios sobre la Discriminación Laboral, a través de esta investigación es conveniente la visualización de estos temas tabúes, dando pie a incrementar el número de investigaciones de manera específica en empleados y contrarrestando los temas de discriminación.

Para identificar las adversidades laborales a las que se han enfrentado los trabajadores de esta comunidad, se empleó la entrevista semiestructurada, explicándoles la funcionalidad de esta y finalidad de esta investigación, para que pudieran expresarse libremente, además de que se tuviera un contenido verídico que permitiera llegar al objetivo principal y generar conclusiones en base cada respuesta.

Palabras claves: empresa, género, laboral, preferencias.

¹Profesora de medio tiempo en la Esc. de Cs. Administrativas Istmo-Costa Campus IX, julia.marroquin@unicach.mx, cel: 9661114640, Universidad Autónoma de Chiapas.

²Licenciado en Administración por la Escuela de Ciencias Administrativas Istmo-Costa Campus IX, lino3759@hotmail.com cel: 9661082558, Universidad Autónoma de Chiapas.

³Secretario Académico de la Facultad de Ciencias de la Nutrición y Alimentos, Profesor de Asignatura, jorge.esponda@unicach.mx cel: 9612255855, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

⁴Profesora Investigadora de Tiempo Completo, reyna.zea@unicach.mx cel: 9651212327, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

Introducción

En la presente investigación se aborda la problemática de la Discriminación Laboral, que para diferentes grupos vulnerables representa un desafío, desde el proceso de reclutamiento del personal, asimismo como a la hora de laborar en cualquier empresa, por lo tanto, en lo particular la Discriminación la defino como “marginación a grupos minoristas por causa social, cultural, religión, física y orientación sexual”, de este último grupo está enfocada esta investigación., es decir, el estudio que se llevó a cabo fue de la Discriminación Laboral en la comunidad LGBTTTIQA+ en las empresas de Tonalá, Chiapas. En nuestra Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, existen algunos artículos donde se aborda la Discriminación para ser más exactos en su artículo 1, nos dice: “Queda prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas” (CPEUM, s/f, párrafo quinto). En el artículo 4, dice: “La mujer y el hombre son iguales ante la ley. Ésta protegerá la organización y el desarrollo de la familia”. “Toda persona tiene derecho a la movilidad en condiciones de seguridad vial, accesibilidad, eficiencia, sostenibilidad, calidad, inclusión e igualdad”

Y el artículo 5, dice: “A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad sólo podrá vedarse por determinación judicial, cuando se ataquen los derechos de tercero, o por resolución gubernativa, dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial.” Como se observa en nuestra Carta Magna, donde tenemos derechos a la elección de un trabajo digno, todos somos iguales ante la ley y a la inclusión y equidad, por ende, la Discriminación, siendo una situación que está prohibida en todo el país, para muchas personas y hablando en el ámbito laboral como trabajadores y jefes de empresas, parece no importarles, consiguiendo menospreciar los derechos que

tenemos como personas, sin importar género, identidad sexual o preferencias sexuales. El objetivo principal es determinar el nivel de Discriminación Laboral que sufren miembros de la comunidad LGBTTTIQA+ en las empresas de Tonalá, Chiapas. Asimismo, se trabajó base a tres dimensiones, según sexo, identidad de género y orientación sexual.

Referentes teóricos

¿Qué es la Discriminación?

Se entiende en “dar un trato de inferioridad a personas o a grupos, a causa de su origen étnico o nacional, religión, edad, género, opiniones, preferencias políticas y sexuales, condiciones de salud, discapacidades, estado civil u otra causa.” (Comisión Nacional de Derechos Humano, 2012, párrafo tercero).

Conductas Discriminatorias

Además, el Conapred (s/f) menciona algunos ejemplos claros:

- 1.- Impedir el acceso a la educación pública o privada por tener una discapacidad, otra nacionalidad o credo religioso.
- 2.- Prohibir la libre elección de empleo o restringir las oportunidades de acceso, permanencia y ascenso en el mismo, por ejemplo, a consecuencia de la corta o avanzada edad.
- 3.- Establecer diferencias en los salarios, las prestaciones y las condiciones laborales para trabajos iguales, como puede ocurrir con las mujeres.
- 4.- Negar o limitar información sobre derechos reproductivos o impedir la libre determinación del número y espaciamiento de los hijos e hijas.
- 5.- Negar o condicionar los servicios de atención médica o impedir la participación en las decisiones sobre su tratamiento médico o terapéutico dentro de sus posibilidades y medios.
- 6.- Impedir la participación, en condiciones equitativas, en asociaciones civiles, políticas o de cualquier otra índole a causa de una discapacidad.
- 7.- Negar o condicionar el acceso a cargos públicos por el sexo o por el origen étnico.

Sin duda, existen más conductas discriminatorias en el mercado laboral, pero, estas son las más frecuentes en las empresas, cada una de ellas nos dice la realidad que muchos empleados sufren en condiciones laborables desagradable, originando que muchos tengan que renunciar a sus empleos.

Conceptos de Discriminación Laboral

La Discriminación Laboral es un fenómeno que se presenta cuando una persona que trabaja dentro de una empresa o institución es tratada de forma distinta, respecto al resto de los trabajadores (Economipedia, 2020, párrafo primero). Se entiende la situación en la que un trabajador se ve perjudicado profesional, salarial o moralmente respecto a sus compañeros por motivos que ni están directamente relacionado con su desempeño laboral (Bizneo, 2019, párrafo cuarto)

Causas de la Discriminación Laboral:

Causa de discriminación en el trabajo por la experiencia laboral: Es aquella que se presenta algunas organizaciones al momento de seleccionar al personal, dando un trato inferior a los que no tiene o tienen poca experiencia laboral, comparada con aquellos trabajadores que tiene la suficiente experiencia laboral.

Causa de Discriminación en el trabajo por edad: Es aquella que se presenta cuando se excluye a los trabajadores por contar con una edad avanzada, ocasionando que tenga pocas oportunidades laborales.

Causa de Discriminación en el trabajo por apariencia física: Es aquella que se presenta cuando los trabajadores no cumplen con el estereotipo de los estándares de belleza, haciendo que se reciban un trato desigual.

Causa de Discriminación Laboral en el trabajo por condición socioeconómica: Es aquella que se presenta cuando desmeritan el trabajo del

personal solo por ser de un nivel económico y social inferior que al resto de los colaboradores.

Causa de Discriminación en el Trabajo por responsabilidades familiares: Esta se presenta cuando padres de familias cuenta con hijos, mamá y/o papá u otros miembros de la familia que están a su cuidado haciendo que sea despedido por esas obligaciones que poseen.

Causa de Discriminación en el trabajo por embarazo: Se presenta cuando en el proceso de selección del personal no contratan a mujeres embarazadas por motivos que la persona pasa por un tiempo con una incapacidad dando así que las mujeres embarazadas tengan nulas oportunidades laborales.

Causa de Discriminación en el trabajo por género: Se presenta la desigualdad social marcada por los roles de género, donde hombres y mujeres no cuenta con las mismas oportunidades laborales, comprende que en muchas empresas prefieren que sus colaboradores y jefes sean hombre en lugar de una mujer.

Las Características de Discriminación Laboral son:

Trato injusto: Sea en la repartición de tareas o remuneraciones, en la forma de dirigir, o realizar una crítica sobre la labor de la persona.

Hostigamiento: Cuando un miembro de la organización (no importa el rango), acosan verbal, laboral o sexualmente a otra persona, por las razones mencionadas anteriormente.

Concepto de la comunidad LGBTTTIQA+

La Comisión Estatal de Derechos Humanos Jalisco (2019) define a la comunidad LGBTTTIQA+ de la siguiente manera Somos quienes tenemos atracción emocional, afectiva y sexual por personas de nuestro mismo género o de más de un género. También, quienes nos identificamos, expresamos o vivimos nuestra identidad de acuerdo con un género que no corresponde

tradicionalmente a nuestro sexo. Se entiende por sexo las características físicas y biológicas que nos definen como hembra, macho e intersexual; y por género, el conjunto de expresiones, conductas o características que la sociedad y la cultura identifican como femeninas o masculinas.

Empresa. Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. (Diccionario RAE, s/f)

Laboral. Dedicado a la enseñanza de ciertos oficios especializados”. (Diccionario Enciclopédico, s/f)

Exclusión. Marginación sistémica de personas privadas de los beneficios sociales al ser discriminadas por pobreza, carencias formativas o discapacidad. (Diccionario RAE, s/f).

Marginación. Poner o dejar a una persona o grupo en condiciones sociales, políticas o legales de inferioridad. (Diccionario RAE, s/f)

Desigualdad. Condición o circunstancia de no tener una misma naturaleza, cantidad, calidad, valor o forma que otro, o de diferenciarse de él en uno o más aspectos. (Diccionario RAE, s/f)

Heteronorma. La creencia de que la heterosexualidad es el modo predeterminado o normal de orientación sexual. (El Instituto para el Desarrollo de Masculinidades Anti Hegemónicas s/f)

Problema.

Uno de los mayores desafíos que todos los individuos tenemos que enfrentar es la búsqueda de un buen trabajo, donde no solo puedas desempeñarte bien, sino, puedas sentirte cómodo tanto como compañeros de trabajo y con los jefes

de las empresas, eso hace que al momento de relacionarnos con distintas personas pueden llegar a ocurrir ciertas situaciones que se pongan a prueba nuestros valores como por ejemplo: Empatía, Respeto, Tolerancia y Amor, llevándolo a la hora de la convivencia, de tal forma, que se presenta con actos ya sea positivos o en algunos caso negativos.

La práctica de la Discriminación Laboral hacia la comunidad LGBTTTIQA+ es uno de los mayores problemas que muchas personas sufren en el campo laboral, generando una desigualdad social para ese segmento de personas en busca de empleos, esto puede derivar experiencias de rechazo, burlas y exclusión laboral de miembros del colectivo antes mencionado.

El estereotipo conocido por “heteronormatividad” puede ser uno de los principales motivos por la cual existe esta problemática, ya que, toda conducta fuera de esta norma la marcan como errónea, por ende, no aceptada para la sociedad que comparte esas ideologías.

“Amenudo, a los trabajadores y las trabajadoras LGBT se les encasilla como aptos para ciertas ocupaciones y no para otras” (la Organización Mundial de Trabajo, 2017, párrafo once) eso pasa a nivel Mundial. La triste realidad es que estamos en un mundo que generaliza a todos los individuos, llevando a que por tener ciertos gustos o identificarte como determinado género o agénero piensan que no se cuentan con las aptitudes necesarias.

A nivel Nacional, la Discriminación hacia esta comunidad persiste en la sociedad trayendo que se empatee menos con los trabajadores del colectivo LGBTTTIQA+, eso nos lleva a que genere un ambiente hostigoso, “discriminación laboral contra mujeres bisexuales y/o lesbianas puede ocasionar desigualdad social, violencia, restricciones de crecimiento profesional, estrés, despidos injustificados y precarización” (Secretaría de las Mujeres de la Ciudad de México, 2020,) citado por (Expansión, 2020, párrafo quinto) aun sabiendo lo que provoca la Discriminación Laboral tal parece que casi nadie es consiente sobre el trato que reciben.

A nivel Estatal, el panorama no cambia mucho, la desigualdad existe y en una escala preocupante, el pensar que varios individuos opinan referente a trabajadores LGBT es que tenga que vivir una vida mediocre solo por el hecho de tener pensamientos diferentes a ellos "piensan que porque son gay o lesbianas no pueden incurrir a tener éxito, o simplemente un trabajo digno" (Rivera, s/f) en algunos casos las personas ven a estas personas simplemente como "el raro", "el chistoso", "el simpático", etc., pero nunca como un profesionalista que puede ser exitoso o con una buena calidad de vida, porque para las muchas al no ser "normal" es sinónimo de fracaso como individuo.

La causa principal de la Discriminación Laboral en la comunidad LGBTTTIQA+ sin duda es el machismo, por generación hemos crecido y siendo educados de formas que no son tolerantes a diferentes formas de expresar, identificar o sentir, es fundamental destacar que no se está mencionando que la educación en generaciones pasadas fuese mala, simplemente destacar que esa ideología ha hecho que los géneros de mujer y hombre sean los únicos aceptados, y aquellos trabajadores que no se identifica con los géneros antes mencionados se genere una atmósfera de exclusión, finalizando con el rechazo a los trabajadores.

Al mismo tiempo, se cuenta con consecuencias para ese sector de la sociedad, por ejemplo la falta de oportunidad en el mercado laboral, donde se percibe con menos posibilidad de ser contratados en comparación a los trabajadores heterosexuales, y los pocos que llegan a ser contratados se ven en la penosa necesidad de esconder su orientación sexual o género que se identifican, y los valientes que se expresan sin miedo, viven momentos desagradables relacionados a su persona, además, creando un clima laboral tenso y no apto para desempeñarse lo mejor posible.

Método

La presente investigación comprende del tipo básica, es decir no experimental, debido a que solo se está estudiando una variable, por tal motivo

es un estudio descriptivo siempre, por ende, no existe un experimento a llevar a cabo.

Esta investigación tiene por diseño descripción simple, dando datos cuantitativos. La única variable esta investigación es la variable madre: Discriminación Laboral.

El presente estudio está constituido por una población de trabajadores LGBTTTIQA+ de las empresas de Tonalá, Chiapas., que haciende a un total de 50 participantes.

La técnica seleccionada para este estudio fue la encuesta. Y el instrumento seleccionado fue el cuestionario, tanto la técnica como el instrumento fueron los más adecuados para este tipo de estudio. Para que el procedimiento se llevara a cabo se pidió autorización de las personas seleccionadas a participar, posteriormente, se les proporcionó el link del cuestionario para contestarlo con la finalidad de generar información que serviría para darnos cuenta de la problemática

Resultados

A continuación, se presentan los datos obtenidos sobre el estudio de la Discriminación laboral en la Comunidad LGBTTTIQA+ en las Empresas de Tonalá, Chiapas.

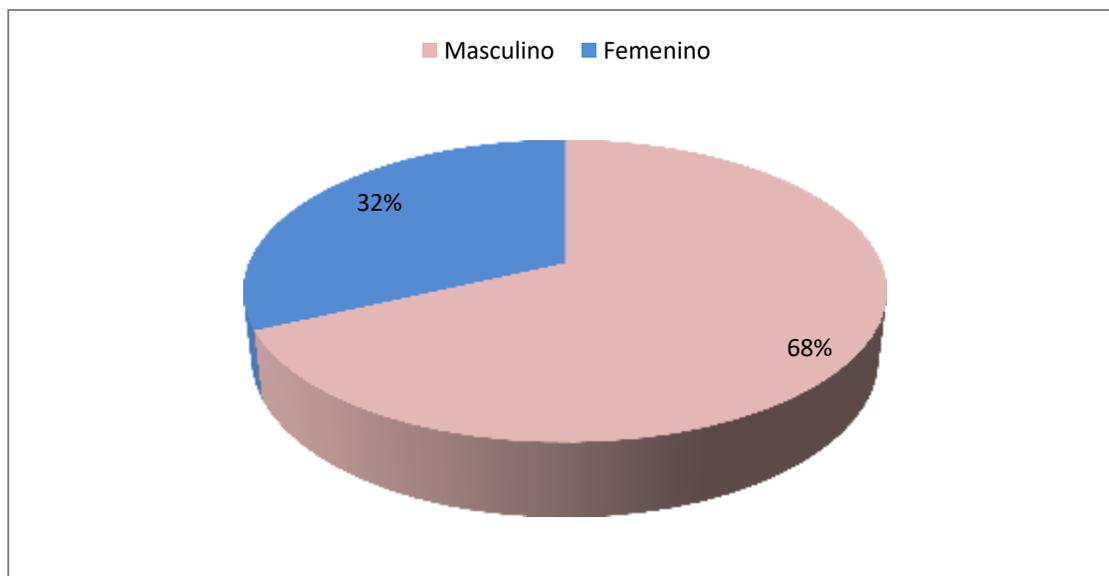
La recopilación de datos nos proporciona información del objetivo general de esta investigación.

Asimismo, el presente estudio se manejó sobre tres variables que se establecieron en los objetivos.

-  Según sexo.
-  Según identidad de género.

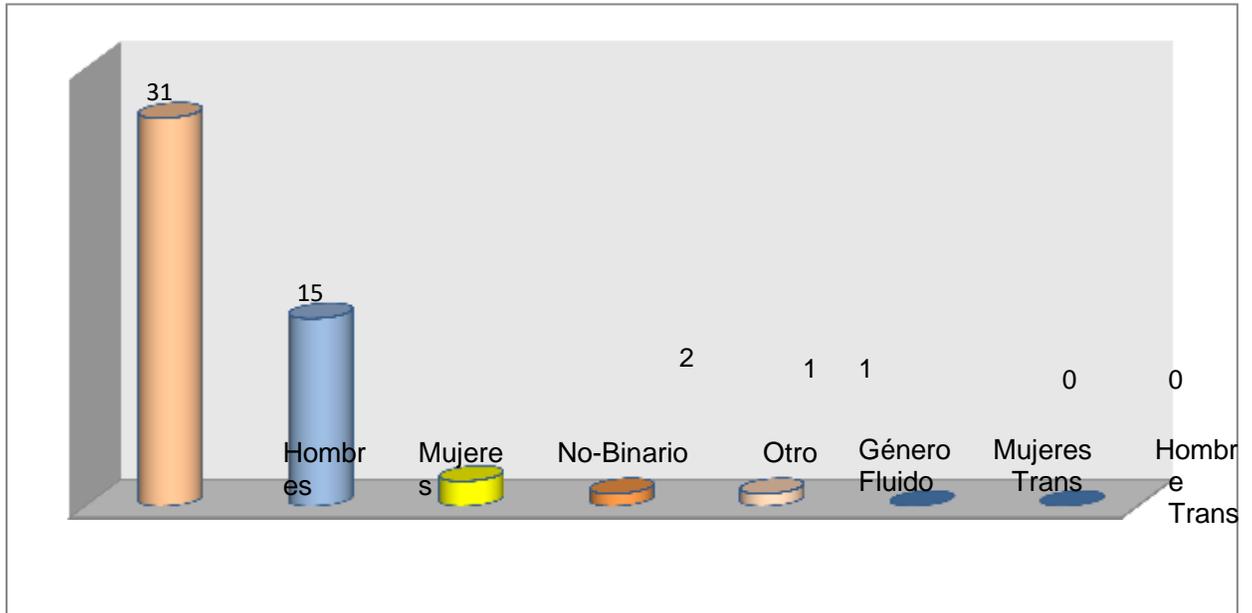
✚ Según orientación sexual.

1.- ¿Cuál es tu sexo?



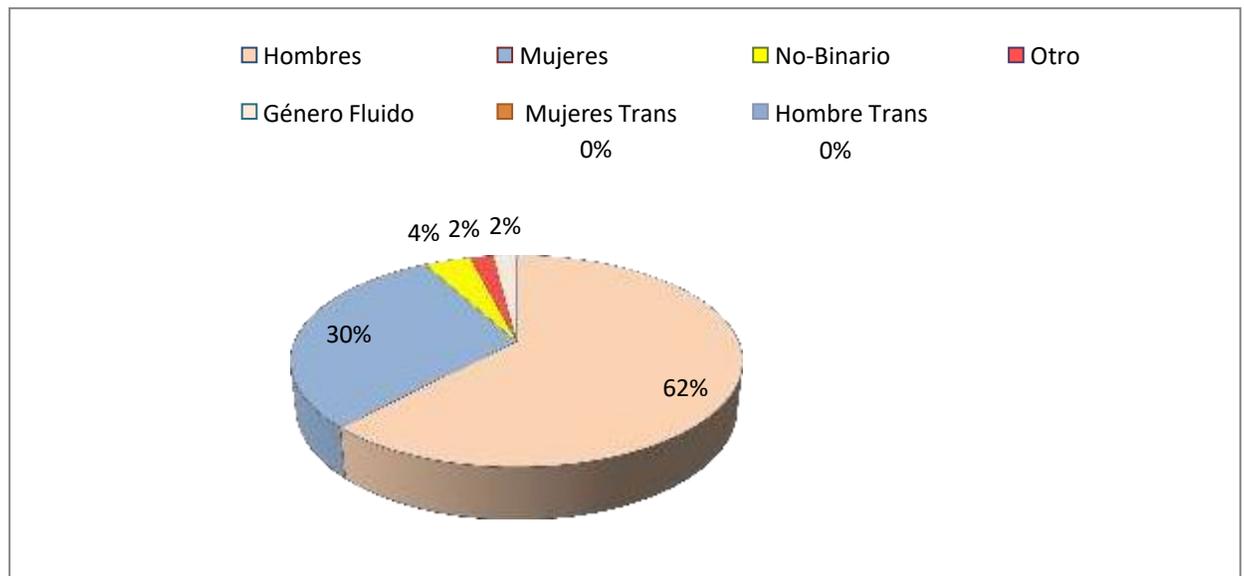
En este estudio se tuvo la participación de 34 personas con el sexo masculino representados con el 68% y el resto 16 personas con el sexo femenino representado por el 32%.

2.- ¿Cuál es tu identidad de género?



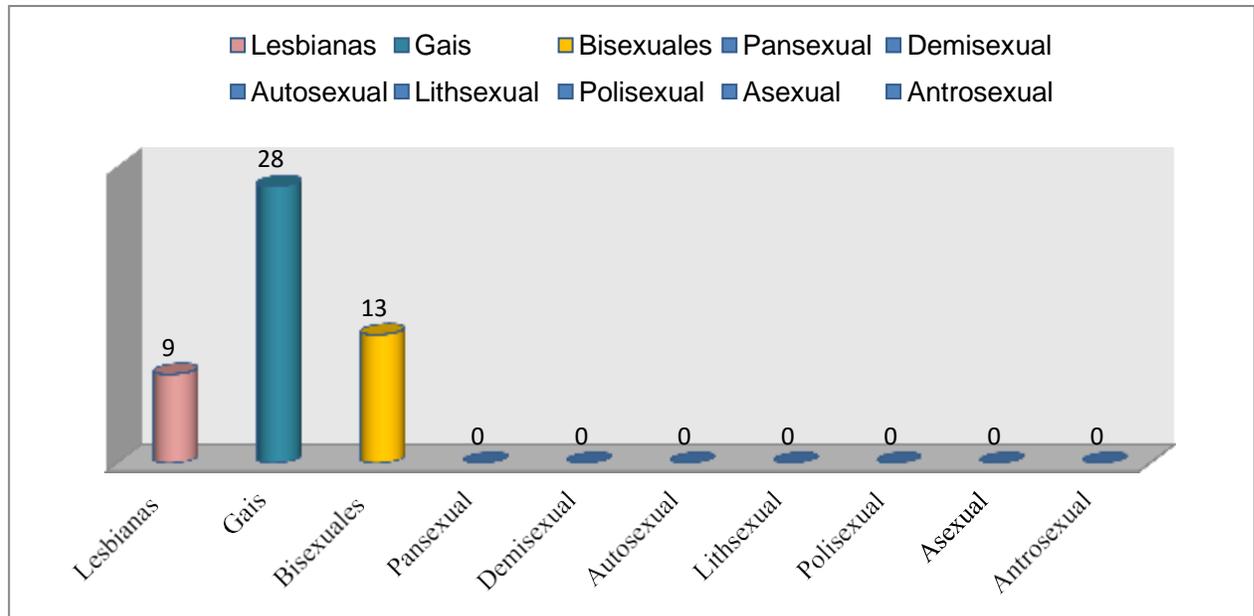
En la ciudad de Tonalá, Chiapas las personas que se identifican como hombre 31 personas son las que suelen vivir más frecuente actos de Discriminación Laboral, seguido por 15 mujeres, en cuanto a las personas agénero aunque no existe un número mayor también sufren de los actos de discriminación laboral, algo que en lo particular nos sorprendió es que a pesar de la diversidad de géneros que se establecieron hubo una persona que no se identificó como hombre, mujer, no-binario, genero fluido o trans, esto nos hace referencia que la diversidad va más allá que cualquier etiqueta.

En la siguiente gráfica vemos la participación en porcentaje de integrantes del colectivoLGBTTTIQA+ que fue parte de esta investigación.



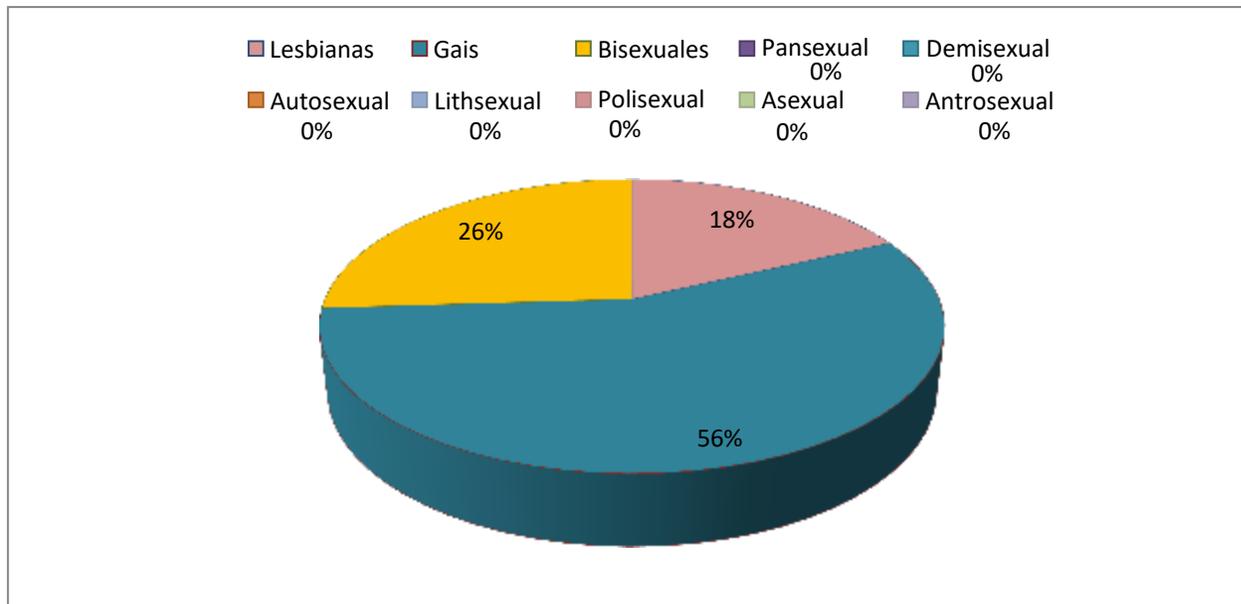
Con un 62% son hombres, seguido por un 30% que son mujeres, el 4% representa género no-binario, y con 2% género fluido y otros.

1. ¿Cuál es tu orientación sexual?



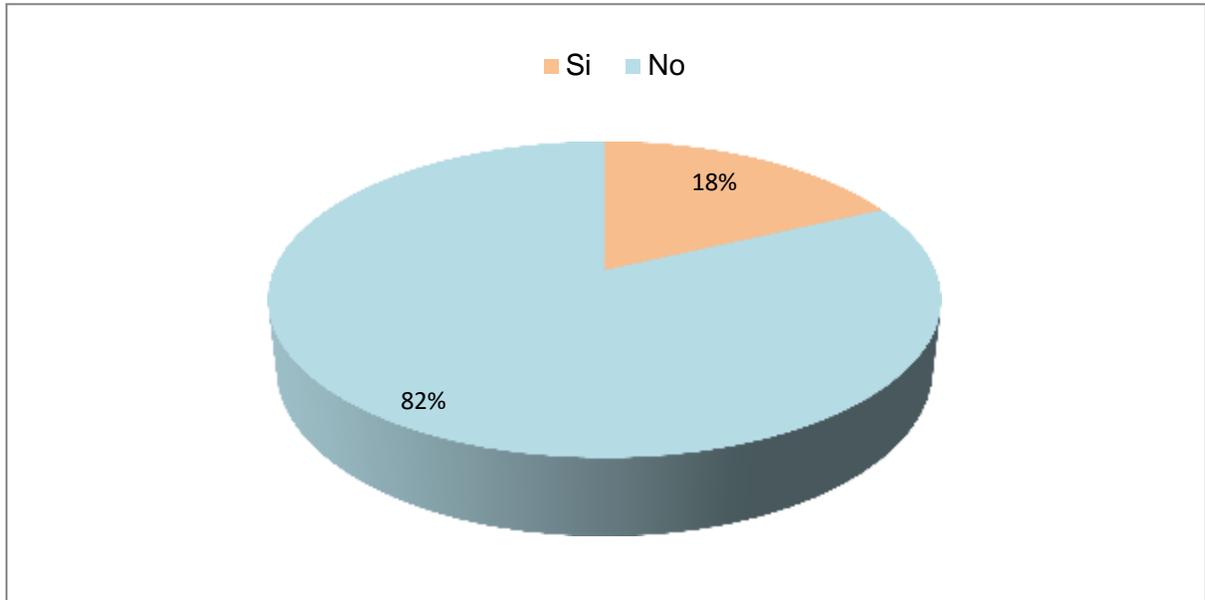
En esta gráfica se observa que las personas que sufren tratos discriminatorios en sus lugares de trabajo son los gais como primer lugar con 28 personas (56%), posteriormente los bisexuales con 13 personas (26%) y por último las lesbianas 9 personas (18%).

1.¿Cuál es tu orientación sexual?



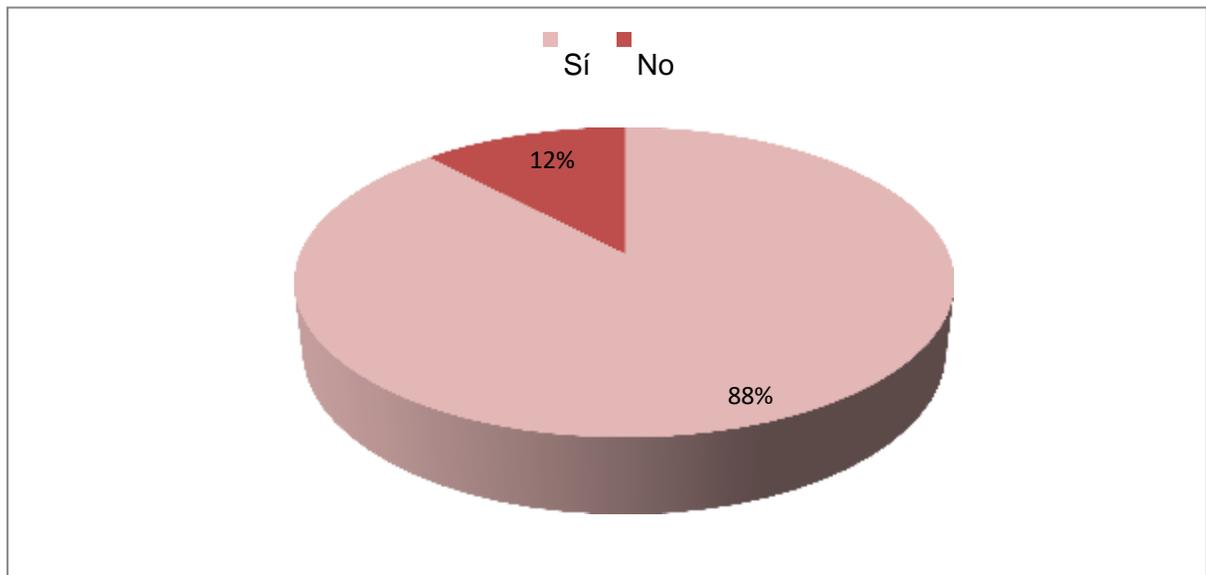
Se presenta los datos en porcentaje, cabe mencionar que, en este estudio las personas con orientación sexual como la Pansexual, Demisexual, Autosexual, Lithsexual, Polisexual, Asexual y Antrosexual no se obtuvo participación, considerando que, si existen esos tiposde empleados laborando, aunque en esta ocasión no tuvimos la oportunidad de contar con su participación.

2. Antes de empezar a laborar o durante el tiempo de trabajo en la empresa ¿se le cuestiona por su preferencia sexual?



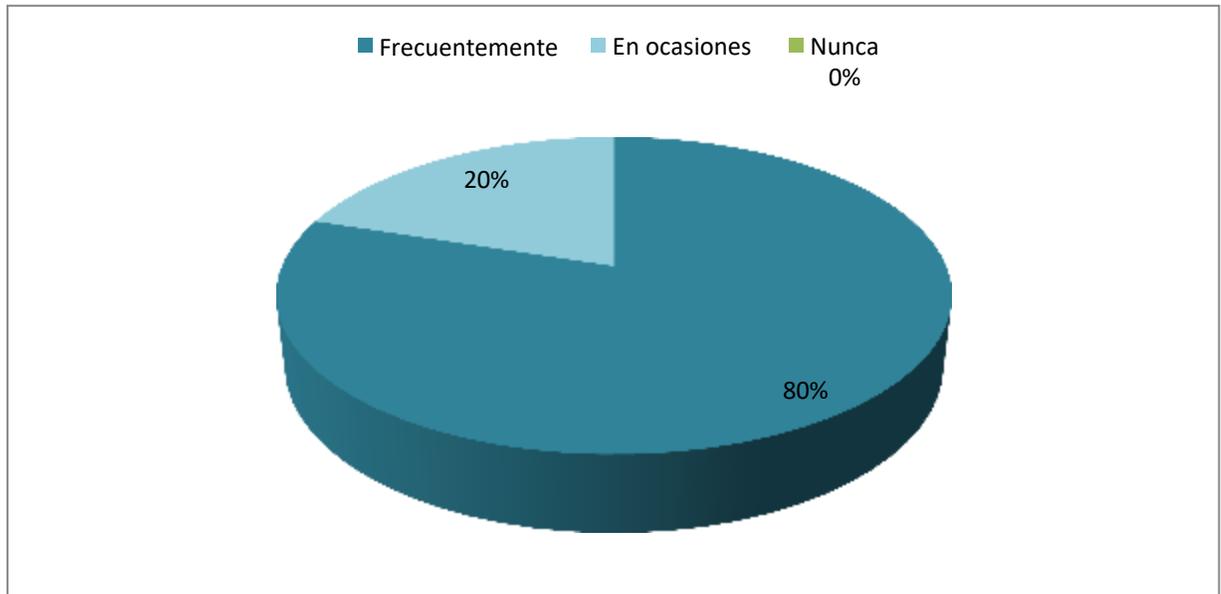
De los datos que se presentan en la gráfica se deduce que la mayoría de los empleados LGBTTIQA+ no se les cuestiona sobre su orientación sexual representando el 82% y el 18% de los encuestados dice que se les cuestionó sobre su preferencia sexual, generalmente podemos decir que es algo positivo, ya que no debe de juzgar cosas personales de los empleados.

3. ¿En ocasiones has tenido que ocultar sobre tu orientación sexual por temor que te despidan o que se burlen?



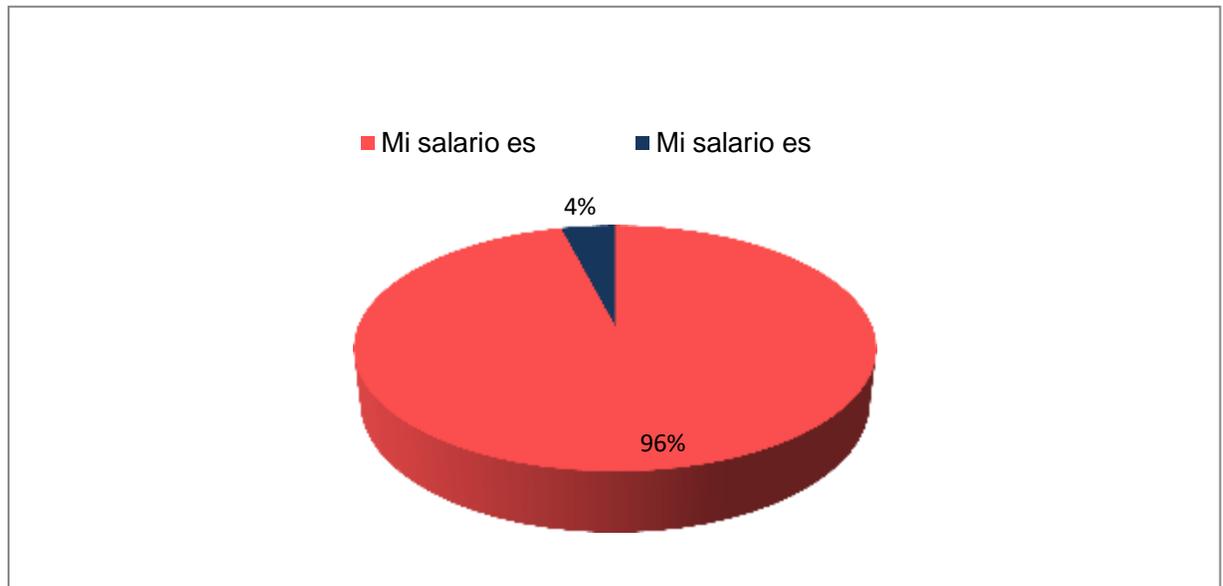
La mayoría de los encuestados para hacer exacto 44 (88%) han ocultado sobre su orientación sexual por temores que afecte en lo personal y laboral, mientras que el resto, es decir, 6 (12%) personas nunca se les han cuestionado sobre su sexualidad.

4. En la empresa donde trabajas ¿Con qué frecuencia escuchas comentarios/criticas LGTBIfóbicos?



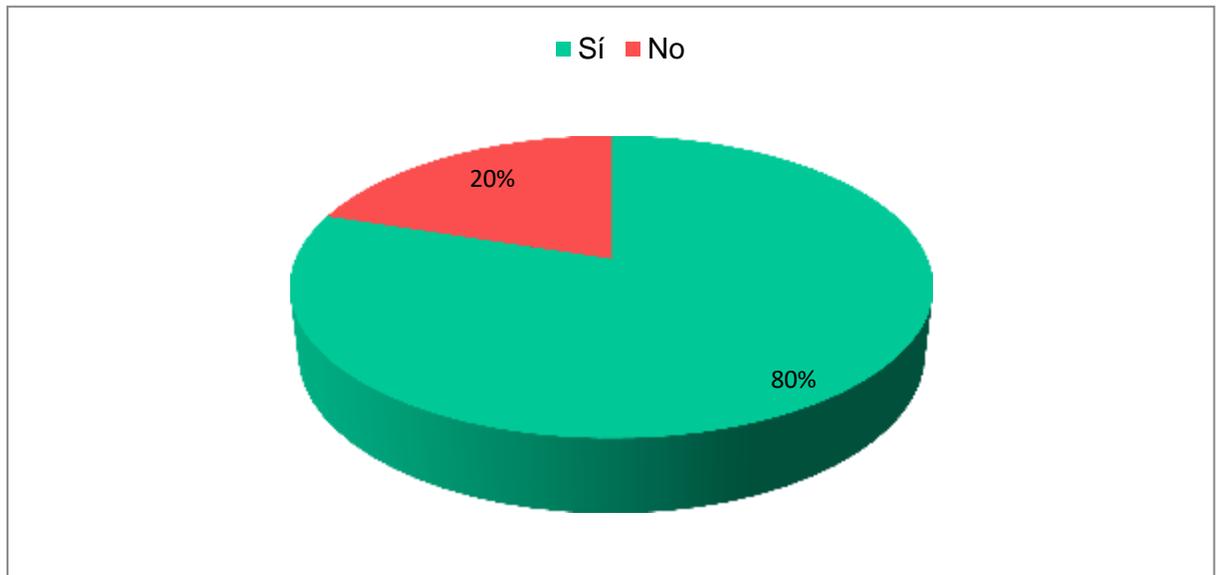
Los datos de la gráfica indican que 40 (80%) de los encuestados siempre escucha comentarios despectivos de la comunidad LGBT+T+I+Q+A+, por otro lado, 10 (20%) trabajadores en ocasiones ha percibido comentarios LGTBI-fóbicos, dando como resultados los centros de trabajo son puntos donde se hace presenta actos de Discriminación.

5. Con respecto a tu salario ¿percibes una cantidad menor en comparación a empleados heterosexuales ocupando el mismo cargo?



En la gráfica se observa que el 96% de las personas encuestadas perciben un salario igual, mientras que de 4% de los encuestados perciben un salario menor, por lo tanto, podemos decir la mayoría de los encuestados perciben el mismo salario por los mismo cargos o cargos similares.

6. Durante el tiempo que has estado trabajando en la empresa ¿los jefes han presentado actos discriminatorios hacia tu persona?



Solo 40 (80%) de los encuestado ha experimentado conductas discriminatorias por los jefes y 10 (20%) participantes, dice que no les ha tocado vivir alguna experiencia de discriminación con sus jefes.

¿De qué forma han sido esos actos de discriminación?



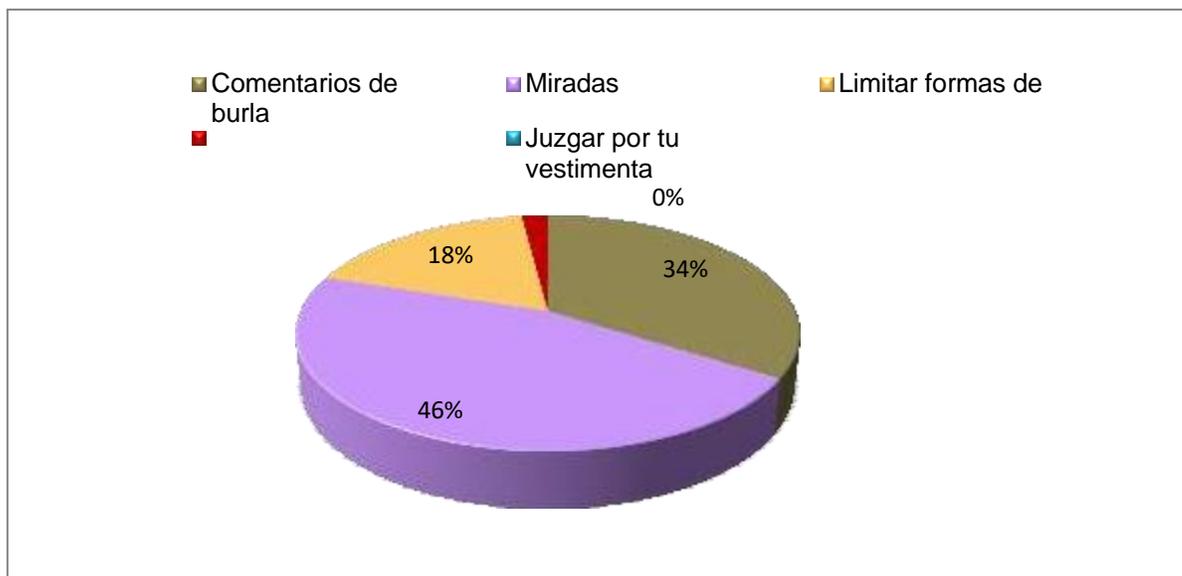
Los participantes mencionaron que dichos actos por general son con mal miradas con un 40%, luego por actuar con un 28%, seguido por comentarios de burla con un 22%, el timbre de voz con un 4%, en ocasiones por el tipo de trabajo un 2% y solo el 4% los jefes nunca les han faltado el respeto a ellos como empleados.

7. Durante el tiempo que has estado trabajando en la empresa ¿empleados han presentado actos discriminatorios hacia tu persona?



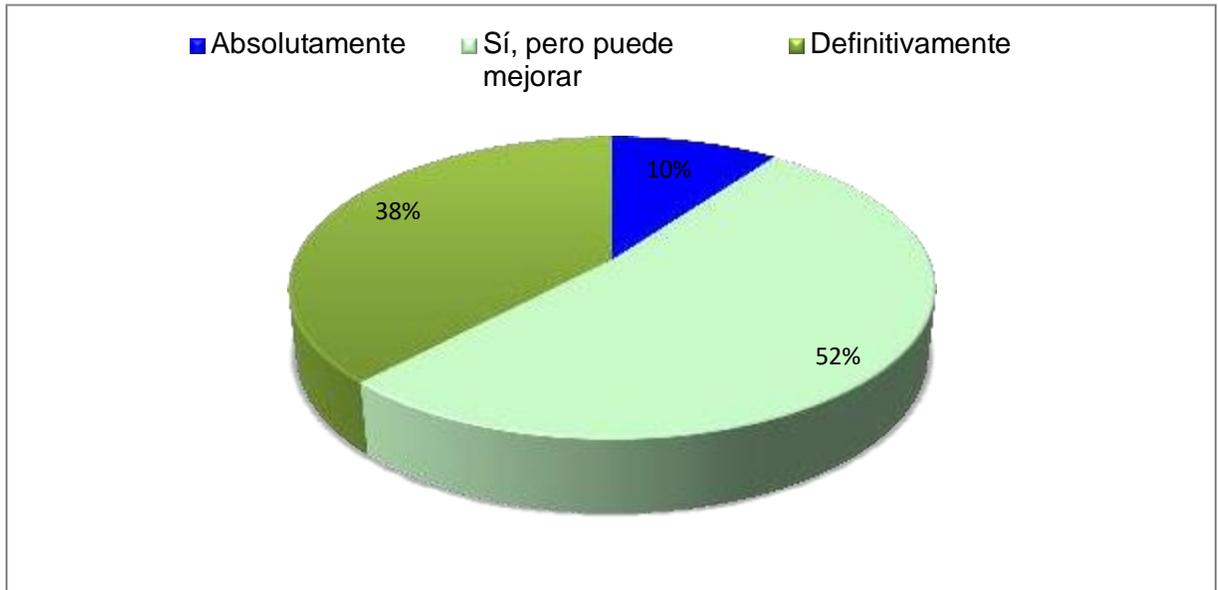
La gráfica nos indica que 41 (82%) de los participantes mencionan que si han tenido compañeros de trabajo que los discriminen, en cuanto al 9 (18%) de los encuestados dicen nunca haber sufrido de Discriminación por parte de sus compañeros de trabajo.

¿De qué forma han sido esos actos de discriminación?



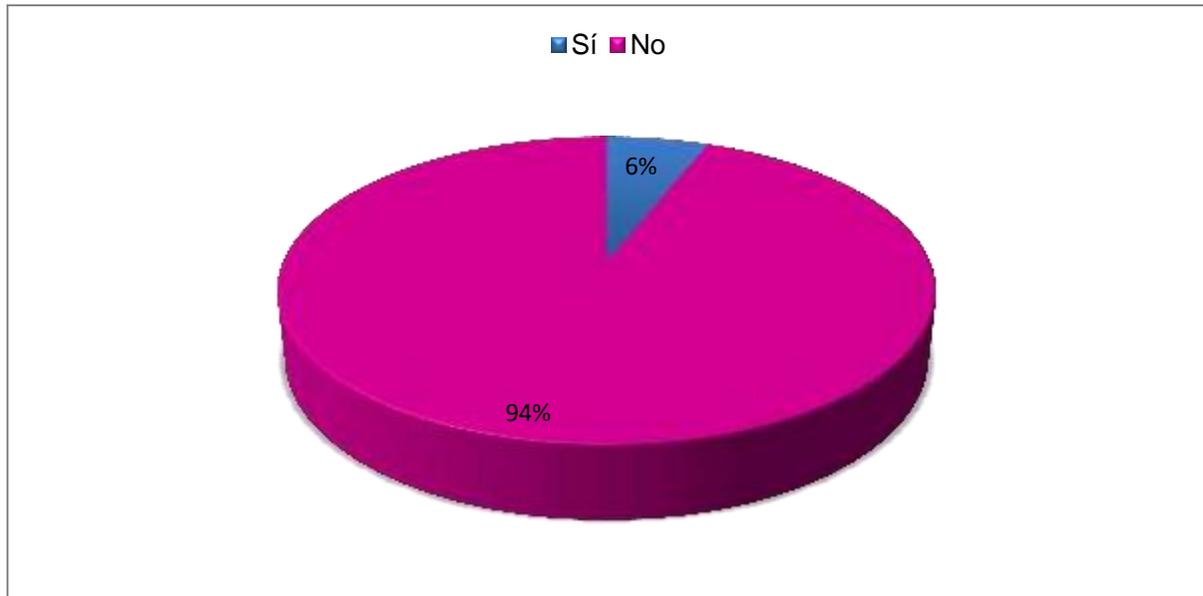
Las cifras de la gráfica presentada nos reflejan que los actos Discriminatorios más frecuente son las miradas con un 46%, seguido de los comentarios de burla con un 34%, después forma de actuar con un 18 % y finalmente el timbre de voz con un 2%.

En general ¿consideras que la empresa donde trabajas cuenta con un clima laboral adecuado para los empleados LGBTTTTIQA+?



En esta gráfica se observa que un gran porcentaje (52%) considera que no se cuenta con un clima adecuado donde empleados LGBTTTTIQA+ pueden desempeñarse lo mejor posible laboralmente, otro porcentaje considerable (38%) dice que cuenta con un buen clima laboral, pero pueden mejorar, finalmente un 10% agregó que si se cuenta con un buen clima laboral para ese grupo vulnerable.

11.- ¿Sabes a que dependencias debes acudir si se presenta un acto de Discriminación en la empresa dónde laboras?



En la gráfica vemos una gran problemática, ya que la mayoría de los encuestados nunca ha denunciados los actos de Discriminación Laboral con las autoridades competentes representa el 94% de los encuestados, el 6% de los encuestado han denunciados esas prácticas.

Conclusiones

Se determinó el nivel de Discriminación Laboral que sufren miembros de la comunidad LGBTTTTIQA+ en las empresas de Tonalá, Chiapas. En la cual dicho nivel es considerablemente alto, dado que más del 80% de los encuestados empleados de las distintas empresas de esta ciudad dijo que si ha sufrido actos de Discriminación Laboral.

La discriminación Laboral que sufren los empleados de Tonalá, Chiapas según su sexo, siendo masculinos, los que más padecen las vivencias discriminatorias en comparación a las personas de sexo femenino que, si bien también sufren de la Discriminación Laboral, pero lo viven en un menor grado.

Además de tender hacia su identidad de género. Se llegó a la conclusión que las personas que se identifican como gays son las que cuenta con un mayor índice de nivel de Discriminación, seguidos por mujeres cisgénero y mujeres trans.

De igual forma, se determinó el nivel de Discriminación Laboral que sufre los empleados es por su orientación sexual. En un nivel alto se encuentran personas gays y bisexuales, en nivel medio alto se encuentran las lesbianas.

Por otro lado, en respuesta a las preguntas e hipótesis planeada en este estudio, se dictamina que, en las empresas de ciudad de Tonalá, Chiapas., se cuenta en una gran problemática, donde el sector de trabajadores sufre Discriminación, por desgracia, la sociedad no lo ve como tal un problema, ya que por años se ha visto como “conducta normal” burlarse o rechazar a estos empleados, esto ha presentado que el clima laboral no sea favorable para los integrantes de esta comunidad.

Asimismo, los trabajadores LGBTTTIQA+ deben de soportar todas las burlas por temor a que los corran de sus trabajos, y como sabemos, estamos viviendo tiempos donde encontrar o emprender un negocio no es nada fácil.

Otro dato interesante que este estudio presentó, fue de casi todos los encuestados nunca han presentado denuncias con las autoridades competentes sobre la discriminación laboral que viven, en lo personal, entendemos que en ocasiones nos da miedo el hecho de presentar situaciones que en vez que se concienticen genere más burlas y/o rechazo, como sociedad padecemos de falta de empatía entre humanos, ese es una de los valores que muchos humanos perdemos.

A pesar que podamos decir que todo es negativo no lo es, debido a que en este mismo se encontró que generalmente a los empleados LGBTTTIQA+ no se les cuestiona antes de ser contratado o durante su estancia en la empresa, en comparación a estudios en años anteriores, al parecer en esta ciudad no es muy común que se les pregunte cosas de su vida privada.

Finamente conocer estos temas son de suma importancia, y no solo por el hecho de empatizar, sino, quitarnos la ignorancia y educarnos de temas que muchos consideran nuevos, que apenas en esta época se está haciendo más relevantes siempre hay existido personas LGBTTTIQA+, ello preferían ocultarlo para no pasar actos Discriminación Laboral, el hablar de temas tabúes como este, puede resultar desagradado para muchos, para estas personas representa todo un orgullo ser parte de esta pequeña gran comunidad.

Referencias

- Bizneo (2019, 5 de noviembre). ¿Qué es la Discriminación Laboral? Bizneoblog. Consultado el 18 de junio de 2022.
https://www.bizneo.com/blog/discriminacionlaboral/#Que_es_la_discriminacion_laboral
- Comisión Estatal de Derechos Humanos Jalisco (2019, 4 de octubre) ¿Qué es la población LGBTTTIQA+? La población LGBTTTIQA+ también tenemos derechos. Consultado el 18 de junio de 2022.
http://cedhj.org.mx/poblacion_LGBTTTIQ.asp
- Comisión Nacional de Derechos Humano (2012, mayo) La discriminación y el derecho a la no discriminación. Que es la discriminación. Consultado el 02

- de noviembre de 2021. <https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/cartillas/2015-2016/43-discriminacion-dh.pdf>
- Conapred (s/f) Discriminación e igualdad. Que es la discriminación. Consultado el 02 de noviembre de 2021.
https://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=pagina&id=84&id_opcion=142&op=142
- Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos (s/f) Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos. Consultado el 15 de diciembre de 2021.
<http://www.politicamigratoria.gob.mx/work/models/PoliticaMigratoria/CPM/DRII/normateca/nacional/CPEUM.pdf>.
- Expansión Política (2020, 26 de noviembre) Discriminación laboral por LGBTTFobia en México. Expansión Política. Consultado el 05 de septiembre de 2021. <https://politica.expansion.mx/voces/2020/11/26/columnainvitada-discriminacion-laboral-por-lgbtffi-fobia-en-mexico>
- Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación (s/f). Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación. Consultado el 18 de junio de 2022.
<https://www.conapred.org.mx/userfiles/files/LFPED%284%29.pdf>
- Real Academia Española (s/f) Discriminar. Diccionario de la Real Academia Española. Consultado el 04 de noviembre de 2021.
<https://dle.rae.es/discriminar>
- Real Academia Española (s/f) Empresa. Diccionario de la Real Academia Española. Consultado el 04 de marzo de 2022.
<https://dle.rae.es/empresa?m=form>
- Rivera, A (s/f) Prevalece discriminación laboral a grupos gay en Chiapas. Conapred. Consultado el 22 de agosto del 2021.
http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=noticias&id=3846&id_opcion=249&op=448.

Análisis y gestión del talento humano en el entorno BANI

Dra. Yhadira Huicab García¹; Dra. Kenia Landero Valenzuela²

Resumen

El entorno BANI (acrónimo de brittle, anxious, non-linear, incomprensivel, que, traducido al español, es: frágil, ansioso, no lineal e incomprensible), se desarrolla a partir del año 2020, donde las personas, organizaciones y naciones se vieron afectadas por la pandemia sanitaria por diversos cambios en el entorno. El presente proyecto de investigación realiza un análisis en la gestión del talento humano en el entorno BANI para las organizaciones, en donde se investigan las estrategias centradas en la gestión y retención del talento humano a nivel operativo, que desarrollan las empresas en los momentos donde se genera un entorno quebradizo, inestable, ambiguo e incomprensible y se valida la prospectiva estratégica con la variable talento humano de la organización. La metodología que se sigue es una investigación documental que permita analizar las tendencias de la gestión del talento humano y estudio de los entornos interno y externo, VICA y BANI, analizar estrategias que implementan muchas organizaciones para fidelizar el talento humano de la organización. La investigación documental es una técnica de investigación cualitativa, las técnicas utilizadas durante el proceso de investigación fueron los grupos focales, las entrevistas semiestructuradas, encuestas para la caracterización poblacional y aplicación de una escala tipo Likert para tener el índice de calidad ambiental percibida, a través de un cuestionario estructurado, permitiendo estudiar la cultura organizacional o corporativa, liderazgo empresarial, responsabilidad social empresarial, productividad, gerencia del cambio, replantear la empresa en el corto plazo, riesgos, disrupción, adaptación a entornos VICA y BANI.

Palabras claves: ambiguo, estrategias, retención, talento humano.

¹ Dra. en Administración, Profesor Investigador de la División Académica de Licenciatura en Administración con 18 años de experiencia académica y 6 años de experiencia en iniciativa privada, correo electrónico: yhadira.huicab@gmail.com Teléfono: 9341010307, Tecnológico Nacional de México, Campus de Los Ríos.

² Dra. en Administración, Profesor Investigador de la División Académica de Licenciatura en Administración con 15 años de experiencia académica, correo electrónico: Landeros_keny@hotmail.com, Teléfono: 9341051112, Tecnológico Nacional de México, Campus de Los Ríos.

Introducción

Ackoff Russell (1993) plantea que las nuevas tecnologías han provocado el vértigo y las turbulencias de los distintos escenarios políticos, económicos, sociales y culturales e impactado en las formas de administración, organización y gestión de los organismos públicos y privados.

En el mundo empresarial siempre se intentan buscar denominaciones genéricas de todos los acontecimientos para intentar darles un contexto a diversos procesos y áreas de la organización.

En la actualidad, se vive un momento complicado a causa de la pandemia mundial del COVID-19, se han presentados sucesos políticos y económicos que afectan a países, empresas y personas. Es por ello, el concepto que se conocía como entornos VUCA (acrónimo de las palabras Volátil, Incierto (Uncertainty), Cambiante y Ambiguo), ya encaja en la situación actual postpandemia y ha surgido el entorno BANI (un término compuesto por las iniciales de las palabras inglesas Brittle (quebradizo), Anxious (que genera ansiedad), Non-linear (no lineal) e Incomprehensible (incomprensible)), un nuevo método para comprender el panorama general de esta era del caos. Su manifestación no solo incrementa el estrés que se experimenta, sino que lo multiplica. Los entornos VUCA se han quedado obsoletos, ya no dicen nada que una situación o un sistema se defina como volátil o ambiguo.

El análisis de los entornos anteriormente citados surge a finales de los ochenta, el ejército de Estados Unidos creó este concepto y años después empezó a escribirse en libros de estrategia empresarial. Hay quienes lo denominaban VUCAH haciendo también referencia a la hiperconectividad, VICA por su traducción al español. La Universidad de Oxford, por otro lado, explicaba que ya se vivía en entornos TUNA: turbulentos, inciertos, nuevos y ambiguos (Bello, 2022).

El entorno BANI surge para entender y diagnosticar situaciones que no solo son difíciles de predecir y comprender, sino que son caóticas, completamente impredecibles e incomprensibles. La nueva normalidad post pandemia, exige estar actualizados y prepararse para el cambio. Debido a la incertidumbre y cambios que se viven, es difícil calcular cómo y cuándo se saldrá de la pandemia, de situaciones

económicas a nivel mundial e impacto de las guerras. Los expertos recomiendan planear los objetivos con base a tres o más escenarios. La clave es aprovechar la turbulencia como detonante para innovar teniendo varias rutas de salida a través de variables. La clave para afrontar este tipo de entornos es construyendo soluciones resilientes, empezando de forma individual. Las empresas necesitan diseñar sistemas fuertes y sólidos teniendo en cuenta todas las dimensiones posibles, con base a la reinención y el nuevo liderazgo enfocado a las personas.

La complejidad sin precedentes del contexto empresarial actual, marcado por la globalización, la tecnología y cambios socioeconómicos, geopolíticos y demográficos más amplios, hace crecer la necesidad de centrarse en identificar, atraer, reclutar, desarrollar y retener talento para navegar por los desafíos del contexto (Claus, 2019; Reiche, Lee y Allen, 2019).

En la actualidad, el sector empresarial debe enfrentarse a los entornos VUCA, caracterizados por su volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad, como consecuencia de la globalización del mercado. Al respecto, cabe señalar que la globalización es considerada como un proceso ambivalente, puesto que es interpretada como un obstáculo para la colocación de una organización en el mercado y, a su vez, como una oportunidad para aumentar su competitividad, afianzando su posicionamiento en el mercado. Consecuentemente, las organizaciones han evidenciado que no pueden evitar estos entornos VUCA, por lo que se han orientado hacia la búsqueda de mecanismos que permitan enfrentar los nuevos desafíos del mercado, a fin de mantener y, consecuentemente, aumentar su competitividad. A partir de lo indicado, el objetivo de esta investigación fue establecer un nuevo paradigma de liderazgo en el sector empresarial, ya que se requiere transformar a las organizaciones en empresas que puedan adaptarse a los entornos VUCA, y que permitan su crecimiento económico. Uno de estos nuevos paradigmas es el liderazgo innovador, el cual se enfoca en la optimización de la comunicación interna de una organización, puesto que el intercambio de información permite crear y construir estrategias competitivas que, al ser evaluadas y efectuadas, mejorarán el desempeño de la organización y, por ende, conducirán hacia el éxito de esta. (Díaz, 2021).

Los directivos deben gestionar un liderazgo empresarial que conduzca a que las organizaciones desde un modelo disruptivo generen menos estrategias comparativas y más competitivas logrando posicionarse en los diferentes sectores industriales cada día más complejos y exigentes, en donde la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es entonces la respuesta a un gran desafío que pide el mundo empresarial en relación con el desarrollo sostenible, con un alcance claro de responsabilidades sociales, ambientales y económicas, pero con un fundamento en el que se éxito de cualquiera de estas áreas no puede lograrse a costa de otras e identificar riesgos, es urgente para los directivos de las organizaciones, entender que los riesgos provienen de diferentes ambientes, desde los procesos definidos hasta la toma de decisiones; correr riesgos hace parte de la elección de la dirección, debido a que hacer negocios, crear unidades estratégicas, llegar a nuevos mercados, hace parte de los peligros que un directivo debe correr, tener la habilidad de mitigarlos desde un momento disruptivo en lo precedente.

El objetivo del proyecto de investigación es analizar y gestionar el talento humano en el entorno BANI de las organizaciones, para motivar a la dirección de las organizaciones a evaluar la posibilidad del cambio.

Referentes teóricos

La organización constituye esquemas abiertos, los cuales se relacionan con el ambiente a fin de lograr sus metas; por ende, es imperante concertar las actividades que realizan los individuos que las ejecutan. De esta manera, nace la necesidad de fundar puestos gerenciales que orienten las conductas de los individuos que forman parte del ente organizacional. (Bauzas y Reyes, 2019)

Gestión se define como guía para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución (Cruz, 2011).

Gestión de talento humano: es un conjunto integrado de procesos de la organización, diseñados para atraer, gestionar, desarrollar, motivar y retener a los

colaboradores., esta práctica se basa en la obtención de mejores resultados de negocio con la colaboración de cada uno de los empleados (Pérez, 2021).

El contexto donde la gestión del talento humano se plasma es entre la relación de las personas y las empresas. En conclusión, el ser humano es social por naturaleza y no puede sobrevivir aislado de los demás, por ende, siguiendo este hilo de información se puede afirmar que las organizaciones nacieron para emplear eficientemente los esfuerzos conjuntos de las personas a fin de responder a las necesidades de la sociedad general, y en el mismo proceso satisfaciendo sus necesidades y objetivos propios (de sus dueños) y las personas que las componen, en un acto de sinergia (Chiavenato, 2009).

En la cultura empresarial actual, ya no se habla de empleados, sino de colaboradores, colegas y compañeros. Cuidar el talento humano comienza desde antes incluso de la búsqueda de este. Ya que las personas más satisfechas declaran haber percibido gran transparencia, respeto y comunicación durante el proceso de selección, incluso si no han sido finalmente elegidos.

Las empresas que están corrigiendo esta actitud son las que mejor están creciendo, y han descubierto que el valor de las personas no está en la edad o en la experiencia, sino en la motivación y el talento, a veces oculto a primera vista.

La consecuencia de esto es que los departamentos de Recursos Humanos están implementando programas internos de motivación constante, con el fin de descubrir y potenciar su talento oculto, así como de afianzar valores de cultura empresarial y liderazgo en cada persona. El talento humano es, sin lugar a duda, la mejor inversión posible. Es por ellos si la organización quiere alcanzar sus objetivos (Crecimiento sostenido, Rentabilidad, Calidad en los productos y servicios, Competitividad, entre otros.) de la mejor manera posible, debe saber canalizar los esfuerzos de las personas para que estas también alcancen sus objetivos individuales (mejores salarios, beneficios, estabilidad, satisfacción en el trabajo, oportunidad de crecimiento, entre otros.) y, de ese modo, se beneficien ambas partes. (Chiavenato, 2009)

De esta manera, es posible afirmar que la gestión del talento humano se basa en crear cualidades de competencia a fin de aplicar políticas y esquemas

organizacionales que sean beneficiosos, adecuados para la repartición efectiva de los recursos y lograr culminar los periodos de actividades de la empresa con un gran marco de éxito en las estrategias planeadas. Consintiendo proyectar y gestionar conjuntamente el cambio, a fin de desarrollar siempre estrategias para la sostenibilidad de la empresa a corto y largo plazo Ramírez, et al. (2019)

Las actividades de administración del capital humano contribuyen al mejoramiento de la productividad mediante la identificación de formas óptimas de alcanzar los objetivos de la organización, y de manera indirecta mediante el perfeccionamiento de la calidad de vida laboral de los empleados. (Dessler, 2009)

El entorno es el conjunto de circunstancias o factores sociales, culturales, morales, económicos, profesionales, etc., que rodean una cosa o a una persona, colectividad o época e influyen en su estado o desarrollo. El entorno empresarial es el conjunto de factores que influyen en la actividad de una compañía. Pueden tener un origen interno o externo y son de distinta naturaleza

La complejidad del contexto en las organizaciones y los ambientes de incertidumbre, producto de los cambios acelerados en el mercado globalizado (Kimball, 2019) reclama el establecimiento de estrategias que permitan garantizar el desarrollo óptimo de sus potencialidades y su posicionamiento en el mercado de manera inmediata, de tal forma que, al cambiar la naturaleza de competencia, sobrevivan aquellas empresas que fueron lo suficientemente flexibles para responder a estas demandas de constante cambio en sus entornos, y que tienen la capacidad de redirigir, enfocar y explotar sus recursos de manera efectiva, apropiada y más rápida que la competencia. Por lo tanto, si se quieren dominar las demandas de cambio y los cambios implementados para que sean sostenibles, todos los miembros de la organización deben ser receptivos y tener las habilidades y la motivación necesarias para participar en el proceso de cambio, y las organizaciones deben empoderar a sus empleados para realizar cambios a nivel local. (Díaz, 2021)

El entorno VUCA hace referencia a la volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad que se evidencia en la nueva normalidad; sin embargo, incluso en este contexto de impredecibles cambios, existen tendencias subyacentes

importantes que dan forma al futuro. En este marco, de acuerdo con (Sarkar, 2016), el término VUCA se ha convertido en una frase común hoy en día, producto de los rápidos cambios que se están originando en los frentes políticos, económicos, sociales y tecnológicos, los cuales conllevan a que aumente el VUCA en el mundo organizativo. (Diaz, 2021)

Volatilidad: Entendida como la relación que tiene la naturaleza y capacidad de cambio. Es necesario generar estrategias conociendo la velocidad con la que los cambios se producen y además evaluar la capacidad de los procesos, organizaciones y capacidad de respuesta frente a cambios los cuales permitan brindar estabilidad.

Incertidumbre: hace relación a la poca capacidad de prever que las organizaciones tienen para pensar en el futuro. Lo imprevisto es un aspecto cada vez más común, y esto hace que al momento de realizar planeaciones estratégicas se pierda objetividad y seguridad, lo cual se refleja en la incapacidad gerencial de monitorear las tendencias actuales y futuras y desarrollar una perspectiva estratégica enfocada a un escenario futurible.

Complejidad: en el caso de las organizaciones, la búsqueda de posibilidades y la pertinencia de una adecuada estrategia, hace que no se contemple la posibilidad de mirar a otros frentes en la línea gerencial en la cual la relación toma de decisiones y pensamiento complejo abre una serie de posibilidades o alternativas para el directivo.

Ambigüedad: Este aspecto hace referencia a la falta de análisis que se provocan al no tener en cuenta los aspectos anteriores, los cuáles provocan inestabilidades en la organización. Es importante entender que una decisión A tiene repercusiones ambiguas, de efectos B, sino de una sucesión de efectos desconocidos e incontrolables que se dan cada vez que se toma una decisión.

El acrónimo BANI, según el creador de la terminología, antropólogo y futurista Jamais Cascio, es “una estructura para articular las situaciones cada vez más comunes en las cuales la simple volatilidad o complejidad son lentes insuficientes para entender lo que está ocurriendo”. (Pearson, 2022)

- B de “brittle” (frágil): todas las organizaciones, individuos y países son susceptibles a catástrofes. Aunque la pandemia haya demostrado que las empresas y los seres humanos están apoyados en bases que pueden romperse, quien gana es quien aprende a construir apoyos fuertes, posicionándose de forma clara frente a la sociedad y creando un ambiente de trabajo que estimule la resiliencia.
- A de “anxious” (ansioso): luchar contra el miedo, con tantos cambios ocurriendo, no es de extrañar que las personas estén sufriendo de depresión y crisis de pánico. Sin embargo, los nuevos tiempos llaman a luchar contra el miedo y la coyuntura de incertezas. Las marcas más transformadoras respiran innovación, empatía y compromiso social. Además, son consideradas como compañías relevantes para prácticamente todos sus stakeholders.
- N de “nonlinear” (no lineal): aprender a actuar incluso en un escenario desconocido. Los acontecimientos actuales, muchas veces parecen desconectados y desproporcionados. ¿Quién imaginaba en enero de 2020 que un problema en China podría paralizar todo el mundo? Ciertamente, planeamientos tan detallados y de largo plazo pueden no tener más sentido.
- I de “incomprehensible” (incomprensible): no sobrecargar por el exceso de datos. Todos los individuos y organizaciones reciben en los últimos tiempos una gran sobrecarga de informaciones que, además de ser diferentes, pueden también ser muchas veces contradictorias.

Planteamiento del problema

Ha surgido una tendencia denominada quiet quitting o renuncia silenciosa en donde el personal no renuncia a laborar en la empresa, renuncia a dar más de los que corresponde, esto por el estrés que viven en el retorno laboral después de la pandemia, por lo que han decidido poner un alto a la productividad de manera silenciosa.

El empresario Kevin O’Leary, que aparece en el programa Shark Thank Estados Unidos, por ejemplo, dijo en un video de TikTok que “si eres un renunciador silencioso, eres un perdedor”. En otro video remarcó que los renunciadores silenciosos no pueden trabajar para él. Sin embargo, la renuncia silenciosa no es una propuesta sobre cómo evadir responsabilidades. Se trata, más bien, de no trabajar en exceso y más de lo debido para una empresa que no se preocupa en términos humanos por sus empleados (Bustos Gorozpe, 2022).

Los momentos de complejidades y crisis son el ideal para que un alto porcentaje de organizaciones se afecten negativamente, pero las situaciones de crisis han mostrado a lo largo de la historia que dichos momentos permiten que las empresas generen estrategias con alto grado de innovación, permitiendo a estas romper el esquema de la rigidez y ser más flexibles, fluidas y adaptativas a los cambios que se presentan en el actual entorno BANI; junto con lo anterior otro aspecto que la organización debe trabajar en repensar su modelo de negocio adaptándolo a las nuevas estructuras mundiales.

La metodología que se sigue es una investigación documental que permita analizar las tendencias de la gestión del talento humano y estudio de los entornos interno y externo, VICA y BANI y analizar estrategias que implementan muchas organizaciones para fidelizar el talento humano de la organización. La investigación documental es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, etc. Las técnicas utilizadas durante el proceso de investigación fueron los grupos focales, las entrevistas semi-estructuradas, encuestas para la caracterización poblacional y aplicación de una escala tipo Likert para tener el índice de calidad ambiental percibida, a través de un cuestionario estructurado, permitiendo estudiar la cultura organizacional o corporativa, liderazgo empresarial, responsabilidad social empresarial, productividad, gerencia del cambio, replantear la empresa en el corto plazo, riesgos, disrupción, adaptación a entornos VICA y BANI.

Desarrollo

En esta fase se identifica la capacidad de los individuos y organizaciones para moverse en un entorno VICA y que pueda ser medida a través de varios parámetros:

- Gestión del conocimiento
- Consideraciones sobre la planificación
- Gestión de procesos y recursos
- Respuesta funcional
- Sistemas de recuperación
- Errores de sistema
- Errores de conducta

Se establecen etapas para desarrollar el entorno BANI:

- I. Definir una visión realista de su situación actual: el criterio fundamental de esta etapa radica en tener claridad respecto a la situación de la empresa de cara al mercado y considerando las variables críticas con las que se toma el pulso al negocio. Es importante volver a revisar los fundamentos del negocio y ubicar a la empresa dentro de un sector y categoría específicos y, a partir de ahí, definir en cuál parte del ciclo de la pandemia se encuentra.
- II. Medir/Cuantificar una línea base: en la situación de incertidumbre y ambigüedad actual se debe establecer un punto de partida que se define como línea base. Es muy importante considerar que, posiblemente para la medición, los datos históricos servirán poco para la tarea encomendada. Es más razonable plantear un caso “base cero” por la necesidad de ser muy eficientes en el ejercicio
- III. Analizar diferentes escenarios: La construcción de los escenarios es un método muy útil para enfrentar la incertidumbre del momento, que no está solamente relacionada con la propagación de la enfermedad y la respuesta del sistema de salud en términos de política pública, sino también por los efectos colaterales en la economía y en las variables relacionadas con los

- suministros. El ejercicio tiene como objetivo identificar los escenarios posibles por más extremos que parezcan los eventos.
- IV. Incrementar opciones y desarrollo de planes de acción: En la situación de ambigüedad y complejidad en la que se encuentran los negocios y sus redes de suministro es muy probable que no sea sostenible tener un único plan rígido por mucho tiempo. Para incrementar las opciones que tiene la organización es muy importante que el equipo asignado a la tarea asuma cada escenario planteado como si supiera que efectivamente estuviera sucediendo. Esto permitirá hacer un análisis DOFA completo de cada escenario en particular y aumenta la posibilidad de identificar acciones e iniciativas a ejecutar.
- V. Controlar los planes y resultados – ajustar lo necesario: En el contexto actual, más que tener el plan perfecto, se trata de tener un plan que sea flexible y que responda con rapidez a las condiciones cambiantes que propone el entorno porque, de esta manera, es más probable que se optimice el trayecto para retornar a la nueva normalidad. El plan por escenarios incluye el portafolio de posibles acciones con el nivel de detalle que se expone, y es la hoja de ruta para activar de manera inteligente la respuesta de la organización ante las situaciones que se presenten y que serán identificadas por las alertas que también quedaron definidas dentro del plan.

Conclusiones

A lo largo de esta investigación se establece que la cultura organizacional o corporativa debe ser:

- De confianza para los trabajadores, con un sentido de humanismo (secuelas emocionales y de salud Post-COVID)
- Tiempos de incertidumbre (COVID, cambio climático, inflación, guerra)
- Que la empresa sea percibida como un refugio seguro, que brinde estabilidad.

- Entornos BANI y entornos VUCA impactan no solo a las organizaciones, sino también a los trabajadores (ajustes para que vean afectados en lo más mínimo por los embates del entorno que se desarrolla)
- Sinergia empresa – trabajador (hay que reconocer que ambos se necesitan) a través de la reestructura de los procesos

Donde se recomienda desarrollar las siguientes acciones para la gestión y fidelización del talento humano en las organizaciones:

I. Trabajo híbrido:

- Durante la pandemia se utilizó y se comprobó que funciona
- Las empresas están desarrollando modelos permanentes de trabajo híbrido y los convierte como parte de la cultura corporativa
- Trabajo flexible, independiente de la ubicación (oficina, espacio de coworking, en algún lugar remoto, etc.)
- Hay condiciones que no se pueden asegurar: equidad, inclusión

II. Movilidad interna del talento:

- La movilidad interna en las empresas es la transferencia interna de los empleados, cambiando de puesto de trabajo, de rol o de función, para que se desempeñen en otra área de la organización. Esta práctica es cada vez más importante para la gestión de talento y la experiencia del empleado, ya que supone alternativas de desarrollo profesional y eleva la calidad de la carrera de los colaboradores que lo lleven a cabo.
- Las empresas tendrán problemas en satisfacer las demandas nuevas que se requieren para estos entornos y no sólo recurrir al reclutamiento externo, ya que este incrementa costo. Al observar a los colaboradores e identificar cuales pueden desarrollar, que talentos tiene que potencializar
- Realizar una reconversión profesional y no solo de una manera selectiva, si no establecer como una norma que se establezca en la cultura de la empresa la movilidad en cualquier puesto de la organización.

III. Proceso continuo de aprender

- Importancia de manuales y diagramas de procedimientos de acuerdo a las certificaciones,
- El nuevo rol del área de recursos humanos (o talento humano):
- El personal de RRHH son también consultores, acompañantes, gestores de crisis, expertos en digitalización, expertos en desarrollar aprendizajes, analizar qué información funciona o es útil para los procesos.
- Estar en la posición de estar rastreando y desarrollando el talento de una manera constante, no solo cuando surja la necesidad, deben estar en la posición de trabajar de una manera descentralizada (no solo depender de lo que la Alta Gerencia u otros gerentes les digan que necesitan), si no hacer esta planeación para crear una predicción de lo que podría necesitarse en un momento dado, de acuerdo con lo que ellos conocen y tendencias que surgen en la empresa.

IV. Aprendizaje informal dentro de la compañía:

- Micro aprendizajes que los trabajadores llevan a través de microcápsulas informativas
- Técnica muy efectiva entre trabajadores de 20 a 35 años, recurre a los medios digitales en que estos trabajadores se relacionan, generando una cultura de red e interconexión.
- Videos en Tiktok
- Historias en Instagram
- Los trabajadores en su rato de ocio, ven el video con duración aproximada de 30 segundos a 1 minutos, este video transmite cierta información que R.H. piensa que el trabajador necesita aprender o reforzar.
- asignan una persona (Coach), que la empresa considere que tiene un rol digno de imitarse

V. Gestión del talento a lo “netflix”

- Plataforma con presencia en redes sociales que contestan los post a nivel mundial, con un sentido del humor o sarcasmo, creativo.
- Netflix genera atracción tanto para copiar el modelo de negocio en todos los aspectos de innovación, organizacional, comercial...
- Las personas que ahí trabajan saben gestionar su talento y las personas se sienten atraídas al observar cómo la empresa crece, como la empresa invierte todos los recursos que se requieren y se sienten motivados a seguir y estar a la para con la empresa, es un círculo virtuoso y sinergia positiva que se genera

VI. Nube de personas: las personas aprenden de las personas

- Las personas se benefician de saber de personas que son colegas de ellos y aprenden
- Se genera una red de conocimiento, aprender lo que esas personas saben, hacen y como lo hacen en puestos similares.
- Colaboración entre pares
- Trabajo bajo demanda
- Contratar u orquestar el talento
- Trabajar con empleados que son autónomos
- FreeLancer

VII. Eliminar la clasificación del personal por generación (boomer, Z, milenials) y generar un nuevo liderazgo

- Adiós a las etiquetas que se generan a las generaciones y ahora se centran en liderazgos y sus formas de liderear a las personas, independientemente de la generación, año que hayan nacido o edad que tengan
- El liderazgo se ejerce centrado en el ser humano a través de la creación de nuevas herramientas y formatos de aprendizaje, modelos que sean fácilmente accesibles para todos y que permita que todos los trabajadores

puedan compenetrarse y utilizar esas experiencias que tienen en mayor o menor grado.

- Crear condiciones para que todos los trabajadores independientemente de su edad pueden apoyar y desarrollar su carrera dentro de la organización y fomenta la inclusión

VIII. Con proyectos piloto a una estrategia digital

- Planes de modificar, de crear desde una planeación muy extenuante, ahora se dirigen a una estrategia que es digital, holística (entre todos los campos y todas las situaciones, relacionada con las prácticas que se llevan a cabo en la empresa).
- Empezar por lo que ya se tiene conocimiento, utilizando nuevas herramientas, nuevos procesos por determinados periodos para que se lleven a cabo ciertos proyectos que se necesitan cumplir para lograr los objetivos de la empresa.

IX. Trabajar menos, pero mejor

- Ya no es trabajar 40 horas de lunes a viernes, se puede trabajar menos con menos días a la semana
- Se debe hacer rendir el tiempo, gestionarlo de una manera eficiente, asegurar la productividad similar a la de una jornada completa
- El trabajo ya no es tan colaborativo por ser trabajo remoto.
- Capacitación en herramientas digitales y trabajo en equipos

X. New work: nuevas formas de trabajar que transforman el mundo laboral

- Tendencia New work, trabajar de una manera más relajada, más casual donde el jefe, cliente y proveedor no está en un status más alto de jerarquía
- Estrategia de un trabajo más dinámico, donde los errores son experiencias y aprendizajes, no fracasos

- Oficina en cualquier lado y reuniones en lugares inimaginables, fuera de lo tradicional

Discusión

Para Jamais Cascio, el creador del concepto de entorno BANI, la fragilidad que personas e instituciones enfrentan podría ser combatida con resiliencia y libertad; la ansiedad podría ser minimizada mediante atención plena y empatía; la respuesta para la no linealidad sería la flexibilidad y una mayor comprensión del contexto y, finalmente, el uso de la transparencia y de la intuición podría aclarar un poco este mundo tan incomprensible. (Pearson, 2022)

La ventaja de preparar a la organización y al talento humano en el entorno BANI es entrenar las competencias personales o soft skills. Estas competencias permiten actuar ante la dificultad para conocer la situación frente a la dificultad para predecir resultados. No se tiene que pensar que el entorno BANI va a pasar y que volverán tiempos de “estabilidad absoluta”, más bien se debe entrenar para surfear esta ola de incertidumbre en la que se vive.

También haciendo retrospectivas para entender el pasado y minimizar los riesgos armando nuevas bases, más flexibles. Es fundamental apoyarse en la creatividad, la intuición y la innovación, así como adquirir esas habilidades que ayuden a interpretar el momento actual. La inteligencia artificial y el Big Data pueden ser grandes aliados si se sabe cómo apoyarse en ellos.

De esta forma se podrá gestionar mejor este entorno BANI y todos los que vendrán, ya que los cambios y rupturas de paradigmas seguirán acelerándose y ya son imparables. Depende de cada uno cómo prepararse y si se quiere cambiar el modelo mental que se tiene implementado.

Referencias

Ackoff, R. (1993). La planificación de la empresa del futuro. México: Limusa Noriega Editores.

- Bello, E. (2022). ieBSchool Management. Recuperado el Agosto de 2022, de iebschool.com: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-entorno-bani-management/>
- Bouzas Ortis, J. A., & Reyes Gaytán, G. (2019). Gestión del talento humano. México: IURE editores, S.A.
- Bustos Gorozpe, F. (29 de Septiembre de 2022). *Post opinion*. Obtenido de The washington post: <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2022/09/29/renuncia-silenciosa-que-es-quiet-quitting-trabajo/>
- Chiavenato, I. (2009). Gestión Del Talento Humano. México: McGRAW- Hill / Interamericana Editores, S.A de C.V.
- Dessler, G. (2009). Administración de recursos humanos. México: Pearson.
- Díaz, C. (2021). El liderazgo innovador como método para enfrentar los nuevos entornos VUCA. *Business Innova Sciences*, 2(1), 53-66.
- Hitt, M. A., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2008). Administración estratégica, competitividad y globalización, conceptos y casos. México: CENGAGE Learning.
- Kimball, V. (2019). Disrupted leadership: strategies and practices of leaders in a VUCA world. Recuperado el Agosto de 2022, de Pepperdine University: <https://digitalcommons.pepperdine.edu/etd/1048/>
- Pearson. (Mayo de 2022). Recuperado el 2022 de Agosto, de Pearson: <https://blog.pearsonlatam.com/talento-humano/del-mundo-vuca-al-entorno-bani>
- Ramírez, R., Espindola, C., Hugueth, A., & Ruiz, G. (2019). Gestión del Talento Humano: Análisis desde el Enfoque Estratégico. SciELO.
- Sarkar, A. (2016). We live in a VUCA World: the importance of responsible leadership. *Development and Learning in Organizations*, 9-12.

Red regional de producción y comercialización de productos agroecológicos

Dra. Blanca Estela Molina Figueroa¹

Resumen

Este trabajo analiza la forma en que se están construyendo nuevas estrategias de comercialización y producción a partir de procesos organizativos, educativos y de concientización en México. El proyecto diseñado con el objetivo de realizar un diagnóstico que permita comprender las condiciones en que operan las acciones colectivas involucradas en los procesos de producción. Así como las distintas prácticas efectivas para el manejo y la protección de los recursos naturales. Con la finalidad de caracterizarlas y definir las estrategias que permitan afrontar los retos impuestos por su condición. El trabajo se encuentra dividido en tres apartados: en el primero, es un recuento del surgimiento del concepto de “Desarrollo Sustentable” y del comienzo de la Agricultura Orgánica, como un movimiento ambiental hasta constituirse como un movimiento político y social. Posteriormente, se analiza a la innovación como estrategia de comercialización y finalmente se concluye con las cadenas productivas que permiten asegurar alimentos sanos y accesibles en los mercados locales y regionales, la que hemos denominado “JUSTO AQUÍ”. Como resultado final se podrán definir las estrategias necesarias para integrar un sistema participativo de garantía (SPG) que asegure la calidad orgánica de los productos de los tres ejidos colindantes al Rancho los Bordos de Jiquipilas, Chiapas.

Palabras claves: cadenas, orgánicos, alimentarias.

¹Profesora de la Facultad de Contaduría y Administración en la Universidad Autónoma de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Con formación en Administración Empresas y Maestría en Mercadotecnia. correo electrónico bmolina@unach.mx, celular 9611559723

Introducción

En el modelo dominante la gobernanza de los sistemas agroalimentarios se da por parte del Estado y/o las leyes del mercado y la sociedad civil tiene un papel pasivo. Este modelo se ha generado por las privatizaciones y la liberalización de los mercados, en donde un porcentaje altísimo de las ventas de alimentos se lleva a cabo en los supermercados. Sin embargo, este modelo está atravesado por varias crisis. En primer término, la crisis de confianza del consumidor que se observa principalmente en Europa. Es una crisis derivada sobre todo de las enfermedades transmitidas por los alimentos que ha hecho que el mercado, como uno de los actores en este esquema, sufra una crisis de credibilidad a nivel global. Por otro lado, debido al abandono a las fuerzas de la regulación del mercado por el Estado se ha generado una crisis económica acompañada de la aparición de estándares privados. Es así que los mercados de alimentos son gobernados por los grandes distribuidores multinacionales. Estos supermercados intervienen incluso en los propios sistemas productivos, incluyendo ciertos tipos de buenas prácticas que imponen al productor. Otro elemento decisivo es la aparición de agentes nuevos en la gobernanza como son los gobiernos regionales o las municipalidades.

Aunque la agricultura mexicana en general ha sufrido severas crisis, el sector orgánico se ha disparado y hoy más de 83.000 productores cultivan orgánicamente, abarcando una superficie mayor a las 300.000 hectáreas. De esta cifra, el 98 por ciento son de pequeña escala, pues siembran un promedio de tres hectáreas, y más del 50 por ciento son indígenas, Nelson, (2008). La agricultura orgánica es un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud de los agro ecosistemas y en particular de la biodiversidad, los ciclos biológicos de la actividad biológica del suelo, a través de prácticas que evitan el uso de productos de síntesis química, como los fertilizantes, insecticidas, herbicidas, hormonas, reguladores del crecimiento en plantas y animales, así como de organismos genéticamente modificados, aguas negras, edulcorantes y conservadores sintéticos en productos transformados (Sagarpa en Reyes, 2008) .

Sin embargo, el desarrollo de la Agricultura Orgánica en México ha sido impulsado principalmente por agentes externos, lo que contribuye a que se haya

consolidado al inicio más como una agricultura de exportación. La exportación ha limitado los beneficios locales de la Agricultura Orgánica, ya que por satisfacer la demanda extranjera se limita el desarrollo del mercado local y la población local de forma injusta en este esquema no obtiene los beneficios de consumir alimentos libres de agroquímicos (Nelson et. al., 2007).

La falta de mercado nacional, se debe principalmente al elevado precio de los productos en comparación con los convencionales y a la falta de disponibilidad de espacios para la comercialización, dejando todo en manos de tiendas especializadas o supermercados (Arriaga, 2009).

La presente investigación tiene por objetivo general realizar un diagnóstico que permita comprender las condiciones en que operan las acciones colectivas involucradas en los procesos de producción para construir una nueva estrategia de comercialización, denominada “JUSTO AQUÍ” a partir del comercio justo, donde los productores de pequeña y mediana escala, reciban una proporción del precio final, para favorecer la economía local. Así como la implementación de estrategias educativas y de concientización con los productores agrícolas, como con los consumidores a partir de cursos, conferencias y talleres.

Referentes teóricos

Desarrollo sustentable

Durante la década de los 70's, se dieron los primeros encuentros institucionales a nivel internacional entre ellos la Primera Conferencia Mundial sobre Medioambiente celebrada en Estocolmo en 1972 (Torres y Trápaga, 1997). Como resultado, se tiene el surgimiento de algunas de las organizaciones ecologistas más reconocidas a nivel internacional como la WWF (Fondo para la Vida Silvestre) y la asociación Greenpeace; que reflejaron la inquietud de la comunidad con respecto a los problemas ambientales (Paniagua y Moyano, 1998).

Nuestro sistema a alimentario está cambiando bajo la intensa presión del cambio climático, la degradación ecológica, el crecimiento de la población, la subida del

precio de la energía, la creciente demanda de carne y productos lácteos y la competencia por la tierra entre los biocombustibles, la industria y la urbanización.

Por su parte la Agricultura Orgánica, se caracteriza en lo productivo, por darle énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica; en lo ecológico, por entender y respetar las leyes ecológicas; que trabajan a partir de las causas por medio de la prevención y no en los síntomas y; en lo social, porque da importancia al conocimiento local.

En la actualidad, y pese al contexto de crisis económica, este sector de la economía agrícola registra crecimiento del 20% anual, es decir, la Agricultura Orgánica en México está en clara expansión. México está posicionado entre los principales 20 países exportadores. El 85% tienen como destinos: Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido, Canadá, Italia, Suiza y Japón, entre otros, el restante 15% se queda para consumo interno. En México, los principales estados productores de alimentos orgánicos son: Chiapas, Oaxaca, Michoacán, Chihuahua y Guerrero, que concentran 82.8% de la superficie orgánica total. La superficie registrada como orgánica en la República Mexicana es de 1,146,928 hectáreas de las cuales 29, 447 se encuentran en conversión, 164,914 están certificadas y 95, 957 en recolección silvestre (SADER, s/f).

Innovación en los canales de distribución

El tema de los circuitos cortos de comercialización (CCC) vinculado al impulso a la agricultura familiar y la inclusión de los productores y emprendedores de pequeña escala en el mercado está adquiriendo importancia en las agendas de desarrollo públicas y privadas en América Latina y Caribe (ALC) así como en otras regiones del mundo. Es significativo que organismos internacionales como FAO, CEPAL, OMS, Fundación Ford, entre otros, se ocupen hoy en día de manera creciente de los CCC como un reflejo de los cambios globales en los patrones de producción, consumo y salud . Están creciendo a nivel mundial movimientos de comida local y regional que impulsan una relación directa entre consumidores y

productores, incentivando la implementación de políticas públicas al respecto, sus principales características:

- baja o nula intermediación;
- cercanía geográfica;
- confianza y fortalecimiento de capital social.

De acuerdo con CEPAL, (2014) los circuitos de proximidad o circuitos cortos, se basan en la venta directa de productos frescos o de temporada, reducen al mínimo la intermediación entre productores y consumidores lo que permite acercar a los agricultores con el consumidor, fomentando el trato humano. Y en cuanto a sus productos, reduce las largas distancias en su transporte, generan un impacto medioambiental más bajo, por la reducción de envases y embalajes.

La proximidad es una característica definitoria de las cadenas cortas (Parker, 2005). Una proximidad en términos geográficos, pero también en términos sociales u organizacionales, que permite la construcción de una visión o de una identidad en relación al consumo de alimentos.

También en las cadenas cortas, se observa un proceso de cambio en la generación de mecanismos de gobernanza de sistemas agroalimentarios, este concepto viene a dar una alternativa frente a las cadenas globales agro industrializadas, fuertemente concentradas. Sin embargo, para que este proceso suceda se necesita una construcción social y un componente de innovación en los roles de productores y consumidores.

Cadenas productivas

De acuerdo con Santocolomo, (2016) el concepto de proximidad se describe en la Figura 1. El primer tipo, se refiere a las cadenas largas, cuando la proximidad geográfica y organizacional es débil, y en la que el consumidor no conoce al productor ni sabe cómo se produce el producto. En el segundo tipo, existe una relación de proximidad geográfica y aunque la venta se hace a través de intermediarios, se trata de productos locales. Lo que falta es una transmisión clara de información, pero existe la posibilidad de que a futuro puede formarse una mayor proximidad social conforme vaya generándose la información requerida. El tercer

tipo, es cuando la proximidad organizacional o social es fuerte, aquí se pueden incluir las ventas online o pre ordenadas, en las que existe muy buena información acerca del productor y la forma de producción, pero las distancias entre productores y consumidores pueden ser muy largas. El cuarto caso es cuando la proximidad es fuerte en los dos niveles, siendo el caso de las ferias, tianguis, la venta directa en finca, así como las compras públicas de alimentación escolar a productores locales.

Figura 1. Tipos de cadenas productivas según la proximidad.

		Proximidad Geográfica	
		Débil	Fuerte
Proximidad organizacional	Débil	Caso 1 :Cadenas productivas con relaciones • Ventas a mercado internacional CADENA LARGA	Caso 2 :Cadenas productivas con relaciones indirectas • Ventas a supermercados locales • Canastas vendidas por intermediarios • Centrales y mercado mayorista CADENA CORTA
	Fuerte	Caso 3 : Cadenas productivas con relaciones de distancia • Ventas directas online • Ventas pre ordenadas • Canastas vendidas por catalogo/pre ordenadas CADENA CORTA	Caso 4 :Cadenas productivas con relaciones directas • Ferias libres, mercados campesinos • Venta en finca • Compras públicas alimentación escolar CADENA CORTA

Nota: Santocolomo, P. (2016). Memoria del taller de intercambio de experiencias cadenas cortas agroalimentarias. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO.

Para Mancé (2006) las cadenas productivas se refieren a todas las etapas comprendidas en la elaboración y comercialización de un bien o servicio hasta su consumo final. Por lo tanto, una cadena productiva debe contar con una estructurada cadena de valor la cual involucrara altos niveles de confianza entre los mismos actores.

Problema

La producción orgánica en México ha tenido principalmente como destino los mayoritariamente los mercados de Estados Unidos y la Unión Europea de acuerdo a los estándares impuestos en ellos, mediante un sistema predominante de evaluación por entidades independientes o de tercera parte, desarrollada fundamentalmente por entidades privadas extranjeras de reconocido prestigio a nivel internacional. Con elevados costos para los productores de los países exportadores.

La tercera parte o certificación “es un procedimiento por el cual un tercero asegura por escrito que un proceso claramente identificado ha sido metodológicamente comprobado, de manera tal que se brinda la confianza adecuada de que productos determinados están en conformidad con requerimientos específicos... En el caso de las certificadoras orgánicas se aplica en forma creciente la norma ISO 65” (Gómez y Galeano, 2006).

Para Boza, (2013) la complejidad, los costos y la pérdida de control por parte de los productores y consumidores ha estimulado a muchos actores del movimiento orgánico mundial a volver a los principios de la agricultura ecológica y orgánica, con sistemas más solidarios y equitativos.

Actualmente la demanda de los productos de alimentación orgánica a nivel nacional ha ido en aumento por lo que se han dado distintos tipos de sistemas alternativos de certificación, siguiendo criterios de sustentabilidad.

Meirelles en Boza, (2013) propone algunos principios básicos comunes a las iniciativas mencionadas:

- Visión compartida. Tanto los agricultores como los consumidores del Sistema tienen que entender los principios de gestión del mismo de forma común.
- Participación. Se trata de impulsar que todos los agentes que estén interesados en los productos se impliquen a su vez en el Sistema.
- Transparencia. Los agentes implicados en el SPG deben tener la mayor cantidad

de información posible a su disposición sobre el desarrollo del mismo.

- **Confianza.** Es el principio fundamental para garantizar el funcionamiento de los SPG. Los agentes interesados deben creer en la veracidad de lo certificado a través del Sistema para prolongar su implicación con el mismo.
- **Proceso pedagógico.** Se hace especial énfasis en la formación de los productores y en el fortalecimiento de sus lazos, lo cual les permita que su acción conjunta se siga desarrollando a largo plazo.
- **Horizontalidad.** No hay jerarquías de control, es decir, la decisión de aquello que se puede verificar como agricultura orgánica no queda en manos de ningún ente o grupo de personas, sino que todos los agentes del Sistema pueden intervenir en igual grado.

Para dar certeza de la calidad orgánica, existen tres tipos de certificación: los sistemas de evaluación de primera parte, donde, son los propios agricultores los que garantizan la adecuación de sus productos; los sistemas de segunda parte, en los que la certificación la da el comercializador; y la evaluación por tercera parte, en la cual el control sería llevado a cabo por parte de una asociación de agricultores.

La responsabilidad de construir un sistema de calidad confiable y a la vez apropiado para un desarrollo sustentable de sistemas de producción y distribución de alimentos, es de productores y consumidores, junto a pequeñas empresas procesadoras y comercializadoras mediante un programa de certificación participativo en red, donde junto a pequeñas empresas procesadoras y comercializadoras y organizaciones compartan el asesoramiento técnico y promoción de conformidad con los llamados sistemas participativos de garantía (SPG). Los Sistemas participativos de Garantía son sistemas de evaluación de conformidad de las normas de agricultura ecológica, en el que intervienen activamente productores, consumidores, y otros actores (consumidores, académicos, investigadores, estudiantes), involucrados en la producción, distribución, consumo, uso de los productos y servicios vinculados a la agricultura

ecológica (Gómez y Galeano, 2006).

Método

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo. Por lo que se seleccionaron los siguientes instrumentos metodológicos, para generar información: observación no participante, entrevista semi-estructurada, declaraciones personales y fuentes documentales. El trabajo de investigación pretende responder una pregunta central: ¿Es posible construir estrategias de comercialización y producción a partir de procesos organizativos, educativos y de concientización?

Hipótesis:

La generación de una red regional de producción y comercialización de productos agroecológicos nos permitirá generar cadenas cortas de valor para el desarrollo local, en las comunidades aledañas a los Bordos, dentro de la Reserva del Ocote en el municipio de Jiquipilas, Chiapas

Objetivo General:

Realizar un diagnóstico que permita comprender las condiciones en que operan las acciones colectivas involucradas en los procesos de producción para una nueva estrategia de comercialización denominada “Justo Aquí”.

Objetivos Específicos:

- a) Hacer un diagnóstico productivo en las comunidades aledañas a los Bordos, dentro de la Reserva del Ocote en el municipio de Jiquipilas, Chiapas; sobre los tipos de producción y formas de comercialización de productos locales.
- b) Dar a conocer los lineamientos a los productores de las comunidades aledañas a los Bordos, dentro de la Reserva del Ocote en el municipio de Jiquipilas, Chiapas; sobre el sistema de certificación orgánica participativa, para la producción de productos agroecológicos y su comercialización.

c) Capacitar a los productores de las comunidades respecto a los procesos de organización para la conformación de una Red regional de producción y comercialización de productos agroecológicos.

En el área de estudio se albergan 979 habitantes de los ejidos Llano Grande, Absalón Castellanos Domínguez y Francisco Villa II (INEGI, 2010), en el municipio de Jiquipilas, Chiapas.

Los productos de los tres ejidos son: maíz, frijol, hortalizas como el tomate verde, chile habanero, pepino y jitomate., la ganadería con la crianza y reproducción de bovinos, ovinos, gallinas y codornices. Se comercializan bajo el modelo de comercialización indirecto: productor-intermediario(acopiador)-mayorista-minorista-consumidor.

Resultados de la Investigación no concluida

De acuerdo con Schwentesius et al. (2016) en 1990 inicia sus actividades el Tianguis del Círculo de Producción y Consumo Responsable, posteriormente en 1996, se da la primera iniciativa de tianguis orgánico en Guadalajara, Jalisco, apoyada por una ONG, al mismo tiempo en Xalapa, Veracruz productores de esa entidad, fundan su mercado ecológico al cual le pusieron por nombre el Ocelotl. En 2004, nace la Red Mexicana de Tianguis Orgánicos, siendo los mercados pioneros los de Guadalajara, con el objetivo de intercambiar experiencias e información, proponiéndose una meta de integrar a la Red a 100 tianguis locales, teniendo al menos uno en cada estado de la República, con el reto de certificar a los pequeños productores a bajos costos para fomentar el consumo local y así fomentar el desarrollo de la Certificación Participativa en puntos de venta directos. En el 2004, en nuestro país había 17 de estos mercados en nueve estados del país y se están desarrollando continuamente nuevas iniciativas para formar la Red Mexicana de Mercados Orgánicos (Nelson, 2008).

En Chiapas surgieron tres iniciativas, la primera en San Cristóbal las Casas, surge “La Canasta Orgánica” el 2 de julio de 2005, con 7 familias consumidoras y 3 familias productoras. En la modalidad de ‘canastas’ semanales surtidas según las peticiones de las familias que forman parte del proyecto. Posteriormente en Colegio de la Frontera Sur (Ecosur) San Cristóbal, se inició el tianguis cada sábado a partir del 28 de julio del 2007 (Red de productores y consumidores responsables comida sana y cercana 2012).

La segunda, con la idea de motivar relaciones directas entre productores y consumidores, en las instalaciones de Ecosur Tapachula, el 12 de noviembre de 2007 es creado el Tianguis de Productos Naturales y Orgánicos “El Huacalero”, en la ciudad de Tapachula, Chiapas (El Colegio de la Frontera Sur unidad Tapachula, 2011).

Y la tercera, el tianguis Huerto Fresco nace el 27 de noviembre del 2013, en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez como un proyecto promovido por profesores la Universidad Autónoma de Chiapas. En el marco de la VIA TUXTLA RECREATIVA, programa ciudadano que promueve actividades recreativas, culturales y recreación, durante el segundo y cuarto domingo de cada mes. El “Tianguis Huerto Fresco”, se convirtió en un espacio de información e intercambio de productos, en donde se comercializaba de forma directa entre productores y consumidores. La oferta y la demanda han crecido en relativamente poco tiempo, así como el número de sus participantes, Molina et al. (2018). Este tianguis debido a la Pandemia por Coronavirus en el 2020 se dio por concluido.

Redes Alimentarias Alternativas

De forma teórica/conceptual, podemos conceptualizar a los Tianguis, como Redes Alimentarias Alternativas (RAA), debido a que “son iniciativas organizadas para responder a los retos del sistema agroalimentario actual. Articulan a productores, transformadores y consumidores para construir sistemas alimentarios más locales, justos, democráticos y sustentables” (Conabio, 2020).

Los organismos de la sociedad civil y la CONABIO abren convocatoria permanente para crear Redes Alimentarias Alternativas en México, con el objetivo de dar a conocer y apoyar a los productores que, a nivel nacional, hacen un esfuerzo por reducir su impacto en la naturaleza y proteger nuestra salud. Por lo crearon el mapa de Redes Alimentarias Alternativas el cual ubica 20 iniciativas en distintas regiones del país, en la Ciudad de México, y en estados como Jalisco, San Luis Potosí, Michoacán, Guanajuato, Querétaro, Morelos, Puebla, Estado de México, Chiapas y Quintana Roo.

Organismos internacionales como FAO, CEPAL, OMS, Fundación Ford, entre otros, hoy en día, se ocupan de manera creciente de los RAA como un reflejo de los cambios globales en los patrones de producción, consumo y salud a nivel mundial. Los CCC y las RAA garantiza y promueven sistemas más justos que impulsan una relación directa entre consumidores y productores, incentivando la implementación de políticas públicas a nivel local y regional.

Conclusiones

Dentro del espacio de los Tianguis, están presentes voluntades individuales en torno a un objetivo en común: la comercialización de productos locales que mantienen prácticas o técnicas similares a la producción agroecológica y orgánica. Para vender directamente al consumidor con la finalidad de un tener un precio justo, eliminado a los intermediarios. Esta estrategia de comercializar satisface la necesidad de identificar nuevas formas de asegurar alimentos sanos y accesibles en los mercados locales, regionales y a nivel nacional.

Para asegurar la calidad, los productores llevan a cabo prácticas agrícolas sostenibles en consideración a las características del territorio. Los productos agroalimentarios se producen en espacios delimitados geográficamente y tienen características regionales. Además, promueven el consumo de los productos frescos que son más sanos en comparación con los productos procesados y los ultraprocesados, pues no solo ayudan a mejorar nuestra salud, sino también la de

los suelos, el cual, debido a los plaguicidas, fertilizantes y otros contaminantes han ido degradando la condición ambiental. Atributo que es valorizado por el consumidor como es la tradición culinaria, o que los alimentos estén relacionados con una identidad. Como colectivo, elaboran su identidad en conjunción con otros actores sociales.

El colectivo, se conforma de actores sociales heterogéneos que articulan acciones que genera un cambio en los sujetos y en la sociedad. Mostrando nuevas formas de entender el desarrollo, no solo el comercial sino también del humano al implementar otras estrategias de organización, de comunicación y de toma de decisiones. Que se traduce en la construcción de nuevas relaciones entre consumidores y productores, quienes abandonan la actitud pasiva y adquieren un rol más activo, generando otro tipo de relaciones entre sí. Se puede incluso hablar de nuevas formas de ciudadanía alimentaria, con participación activa y pensada, con mejor claridad sobre los alimentos y sobre cómo son producidos.

Referencias

- Arriaga, M. J., (2009). Agricultura orgánica: ¿oportunidad de negocio para México? <https://www.istmo.mx/2009/11/01/agricultura-organicaoportunidad-de-negocio-para-mexico/>
- Boza, Sofía. (2013). Los Sistemas Participativos de Garantía en el fomento de los mercados locales de productos. Orgánicos. Polis Revista Latinoamericana. Núm. 34 Ruralidad y campesinado
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad CONABIO (2020). Comunicado 17 agosto 2020 <https://www.gob.mx/conabio/prensa/organismos-de-la-sociedad-civil-y-la-conabio-abren-convocatoria-nacional-para-crear-redes-alimentarias-alternativas?idiom=es>
- CEPAL, (2014). Serie Seminarios y Conferencias N° 77. Agricultura familiar y circuitos cortos: nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013 (LC/L.3824).
- El Colegio de la Frontera Sur unidad Tapachula. (2011). <http://www.ecosur.mx/sitios/ecosur-en-los-medios/1513-certifican-al-tianguis-qhuacaleroq-como-opcion-de-comida-organica>
- Gómez, A. y Galeano, P. (2006). Manual operativo y Guía de Formación, Programa de Certificación Participativa - Red de Agroecología. Montevideo

- Mance, E., (2006). Cadenas productivas solidarias, recuperado de Revista Vinculando. http://vinculando.org/economia_solidaria/cadenas_productivas.html visitado en: 12 de abril del 2017.
- Molina, B., Calvo, R., Villagrán, P. (2018). Certificación participativa como estrategia de comercialización en los Tianguis y Mercados Orgánicos. Congreso Mesoamericano de Investigación UNACH. Revista digital número 5. <https://dgip.unach.mx/images/CMIU/PDF/CMIU-2018.pdf>
- Reyes, T. (2008). Retos de la certificación de productos orgánicos en México. Revista vinculando. https://vinculando.org/mercado/mexico_organico_chapingo/experiencias_retos_certificacion_productos_organicos_mexico.html
- Santocolomo, P. (2016). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO Memoria del taller de intercambio de experiencias cadenas cortas agroalimentarias.
- Paniagua, A. y Moyano, E., 1998. Medio ambiente, desarrollo sostenible y escalas de sustentabilidad. Revista: Reis, revista española de investigaciones sociales. No. 83, Pp. 151-175. http://www.reis.cis.es/REISweb/PDF/REIS_083_07.pdf
- Nelson, E., Schwentesius, R. R., Gómez, T. L. y Gómez, C. M. A., (2007). Experiencias de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos. El nacimiento de un movimiento orgánico local en México. <http://studylib.es/doc/7211098/experiencias-de-la-red-mexicana-de-tianguis-y-mercados-or>
- Red de productores y consumidores responsables comida sana y cercana. (2012) <https://redcomidasanaycercana.codigosur.net/article/entrega-de-los-primeros-certificados-participativo/>
- Schwentesius (2010). Producción orgánica y mercados locales en México. Revista Vinculando Desarrollo Sostenible + Desarrollo Personal [http://vinculando.org.file:///F:/CIAO%202018/produccion_organica_y_mercados_locales_en_mexico.pdf](http://vinculando.org/file:///F:/CIAO%202018/produccion_organica_y_mercados_locales_en_mexico.pdf)
- SADER, (s/f). Utilidad de Frontera Agrícola. Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/564356/2020_Utilidad_de_Frontera_Agricola_en_el_estado_de_Chihuahua.pdf

El liderazgo transformacional, como estrategia de cambio en las micro, pequeñas y medianas empresas de Tuxtla Gutiérrez Chiapas

Dr. Marco Antonio Romero Gutiérrez¹; Dra. Magali Mafud Toledo²; Dra. Joselyne Guadalupe Pérez Hernández³; Dra. Karina Milene García Leal⁴

Resumen

Ante una realidad empresarial cada vez más competitiva, los cambios organizacionales deben ser tratados con una actitud resiliente y de manera más detallada tanto a nivel nacional e internacional con el fin de encontrar soluciones, ante los embates del entorno. Es un hecho que la única constante en estos tiempos son los cambios, la pregunta sería ¿Qué tan preparados están los ejecutivos para adaptarse a ellos? ¿Qué estilos de liderazgo son los más adecuados? A través del tiempo se han establecidos diferentes teorías que responden a los momentos en que surgen, sin embargo, los ejecutivos deben tener claro que a veces se tiene que aprender y en otras desaprender para poder hacer frente a la incertidumbre. En la presente investigación la hipótesis de partida es: Como el liderazgo transformacional permitirá a las mipymes de Tuxtla Gutiérrez hacer frente a la incertidumbre de entorno, el objetivo de esta investigación es conocer el estilo de liderazgo que utilizan los ejecutivos en este tamaño de empresas, utilizando para ello un enfoque cuantitativo con diseño de tipo no experimental transversal de alcance descriptivo, el instrumento para la recolección de datos fue el cuestionario con 12 ítems, los resultados obtenidos permiten ver que los líderes de estas empresas en Tuxtla Gutiérrez utilizan un estilo de dirección autocrático, mismo que no permite la adaptabilidad al contexto.

Palabras clave: Cultura organizacional, Liderazgo, Liderazgo transformacional y Resiliencia

¹Dr. en Administración, adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, email: marco.romero@unach.mx.

²Dra. en Administración, adscrita a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, email: magali.mafud@unach.mx.

³Dra. en Gestión para el desarrollo, adscrita a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, email: joselyne.perez@unach.mx.

⁴Dra. en Administración, adscrita a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, email: karina.garcia@unach.mx.

Introducción

Es importante reconocer la importancia de la mipymes en la economía mexicana no solo en la generación de empleos sino también por la aportación que realizan en el desarrollo del país, al mismo tiempo se necesita analizar el comportamiento de estas ante situaciones de riesgo. Por lo anterior, se propone investigar el estilo de liderazgo que estas empresas utilizan y la manera de hacer frente a los cambios drásticos del entorno. De la manera en que las empresas se adapten a los cambios les permitirá no morir en el mercado, esto obliga analizar el estilo de liderazgo utilizado por los ejecutivos de este tamaño de empresas y su incidencia en la adaptación al entorno, teniendo en cuenta los perfiles de los ejecutivos.

Esta investigación inicia con una revisión y recopilación de conocimientos existentes que nos permite dar sustento al proyecto de investigación sobre el liderazgo transformacional entendiendo este como el estilo de liderazgo que permite enfrentar los cambios como una oportunidad de crecer.

En segundo lugar, se desarrolla el planteamiento del problema que se va a abordar sirviendo de base para plasmar lo que se desea alcanzar es decir el objetivo general que guiará la investigación.

En seguida, se desarrolla el método de recolectar, analizar y procesar datos, haciendo énfasis en el instrumento utilizado y la manera de cómo se conformó la muestra. Continuando con la presentación de los resultados del trabajo de campo para finalizar con las conclusiones.

Referentes teóricos

Iniciaremos conceptualizando el liderazgo para estar en posibilidad de entender las diferencias entre los estilos que se aplican en las organizaciones. (Hellriegel et. al., 2010, p. 497) establecen que el “liderazgo es la relación de influencia entre los líderes y seguidores que luchan por generar un verdadero cambio y resultados que reflejen los fines que comparten”

Cuando hablamos de influir tendremos que detenernos a analizar los medios que aplican normalmente los administradores entre los que destacan:

- a.- Recompensas. Estas se utilizan para motivar a los empleados y hacer que realicen las actividades que les corresponde
- b.- El simple hecho de que el administrador cuente con autoridad formal le permite lograr influir a los seguidores, aunque es importante entender que no es
- C.- Un factor influyente es el conocimiento. Los seguidores al detectar que los directivos cuentan con habilidades los aceptan y siguen en los objetivos
- d.- Otro medio que se utiliza, aunque no es el adecuado es generar temor o miedo a través de la coerción.
- e). - El carisma juega un papel importante en la influencia, los líderes deberán tener la capacidad de atraer a sus seguidores.

Lo que buscamos es generar el compromiso de los seguidores y de los medios utilizados va a depender que se logre. Por lo que nos queda claro que un líder efectivo para lograr los cambios requiere conocimiento en primer lugar y capacidad de atraer a los seguidores en segundo.

Newstrom (2007) define al liderazgo como:

El proceso de influir y apoyar a otros para que trabajen con entusiasmo para alcanzar ciertos objetivos. Es el factor crucial que ayuda a un individuo o a un grupo a identificar sus metas, luego los motiva y auxilia para lograrlas. (p.159)

Se menciona que “desde la gerencia es el proceso de dirigir las actividades laborales de los miembros de un grupo y de influir en ellas; el liderazgo involucra a otras personas, empleados o seguidores” (Sánchez, 2011, p. 98)

Con base a los conceptos anteriores debemos hacer énfasis en la importancia que tiene un líder para potencializar al personal.

Llegar a un consenso sobre el concepto de liderazgo se torna complicado, porque tendríamos que hacer referencias a las distintas teorías como la de los rasgos de la personalidad, teoría del comportamiento, contingencia, situacional, gestión o transaccional y la teoría de relaciones o transformacional.

Estamos saliendo de un confinamiento por el COVID -19 que obligó a muchas empresas a cerrar y peor aún los cambios siguen siendo la constante, por lo que se hace necesario un enfoque que permita liderar esos procesos de cambio y organizaciones más resilientes para hacer frente a cualquier situación que se presente.

Pero ¿qué es una organización resiliente? para Deloitte. (s/f). “Son las organizaciones que se preparan e invierten para la disrupción y son capaces de adaptarse, resistir y recuperarse con rapidez, no solo con vistas al éxito posterior, sino también para mostrar el camino hacia una mejor normalidad” (p.3)

En el mismo documento establecen que los ejecutivos pueden redefinir la resiliencia en la estrategia de las organizaciones de cinco maneras:

- a. Guiarse por la razón de ser
- b. Fomentar la confianza en las partes interesadas
- c. Brindar un liderazgo resiliente
- d. Comprender las interdependencias existentes
- e. Hacer frente a la incertidumbre y adoptar la disrupción

PriceWaterhouseCoopers (s/f) en su encuesta global de los CEO establecen que los directores ejecutivos encuestados de 89 países consideran que los mayores desafíos o amenazas de las empresas en 2022 para su crecimiento son en primer lugar los riesgos cibernéticos (49%) y la situación de salud mundial (48%) a medida que persiste la pandemia, en tercer lugar, consideran la volatilidad macroeconómica (43%) seguido por el cambio climático (33%) y el conflicto geopolítico (32%), por último, la desigualdad social.

Es increíble que el cambio climático no esté entre una de las amenazas más fuertes para los ejecutivos sobre todo porque día a día vivimos en ese rubro situaciones que si no se atienden a tiempo podría repercutir en la escasez de

recursos, reflejándose no solo en las empresas sino también en los clientes por los incrementos de los precios.

En Arise.mx (s/f). Peralta y Saavedra (2019) establecen que:

Los CEO tanto de pequeñas, medianas y grandes empresas, así como los nuevos empresarios, tiene frente a sí mismos el mayor reto de sus carreras: aprovechar el momento de cambio en el que están inmersos sus negocios. El liderazgo con que decidan asumirlo será determinante para ponerse a la vanguardia de la innovación y creatividad para la construcción de resiliencia empresarial. Esta actitud repercutirá en la estabilidad misma del negocio, donde el valor compartido será la clave para ganar-ganar, en los lugares que generen sus productos (p. 89).

Pensar que el entorno es estático sería errado, los movimientos que se presentan no se pueden evitar por lo que las organizaciones deben estar dirigidas por líderes resilientes que afronten toda situación que se les presente, de manera tal que las conviertan en oportunidades, para ello se requiere que tengan la capacidad de aprender y adaptarse a entornos inciertos y esas características las encontramos en los líderes transformacionales.

(Lussier y Achua, 2011, p.348) mencionan que “el liderazgo transformacional sirve para cambiar el estado de las cosas al articular con los seguidores los problemas en el sistema actual una visión atractiva de lo que podría ser una nueva organización”.

Los líderes transformacionales inspiran a quienes los siguen para que trasciendan sus intereses propios por el bien de la organización y son capaces de tener en ellos un efecto profundo y extraordinario. (Robbins y Judge, 2009, p.418)

Para Evans & Lindsay (2008)

Los líderes que adoptan un estilo transformacional tiene una perspectiva de largo plazo, enfoque en los clientes, promueven una visión y valores compartidos, trabajan para estimular a sus organizaciones desde el punto de vista intelectual, invierten en capacitación, toman algunos riesgos y tratan a los empleados como individuos. (p.223)

Son épocas de cambio, por lo que los líderes que dirijan las organizaciones actualmente deberán tener la capacidad para adaptarse y al mismo tiempo los seguidores deberán alcanzar los objetivos individuales y grupales por lo que los líderes deberán de ser capaces de inspirar. El enfoque de liderazgo transformacional puede ser empleado en diferentes culturas porque se convierten en líderes con una filosofía de trabajo en equipo sin perder de vista la visión de la organización.

Para EAE Business School (2022) Los cuatro pilares del enfoque transformacional son:

- 1.- Propósito Es la visión compartida que los miembros de la organización tienen relación con algo. El líder transformacional los denomina expectativas de cambio, es decir, la disposición de las personas a generar y asumir la transformación
- 2.- Personas. - Es la razón de ser el líder transformacional. Y se refiere, en concreto, a la definición de los grupos o individuos sobre los que se dispone a operar. Para que el proceso de cambio tenga éxito, debe conocerlos a profundidad; sus motivaciones, habilidades, comportamientos, aptitudes, entre otros aspectos
- 3.- Estrategias: Es la manera en que se efectúan los cambios, la cual está condicionada, desde luego, por las características de la organización o el grupo de trabajo: número de miembros, objetivos, expectativas, grado de heterogeneidad, edad, etc.

4.- Cultura: es el proceso mediante el cual los cambios se incorporan a la filosofía de la organización, coincidiendo, en muchos casos, con su visión y misión (p.4-5).

Los líderes con una visión transformadora están comprometidos a trabajar con los subordinados de manera tal que puedan resolver los problemas que enfrenten de manera conjunta generando compromisos por parte de todos los miembros de la organización

Así Bass y Avilio citado por Lussier y Achua. (2011) propusieron que el liderazgo transformacional se compone de cuatro dimensiones del comportamiento y se refirieron a ellas como las cuatro I:

- 1.- La influencia idealizada (carisma). Los líderes transformacionales con carisma poseen la capacidad para desarrollar gran poder simbólico que entonces se utiliza para influir en los seguidores
- 2.- Motivación inspiradora. Los líderes transformacionales tienden ser también individuos inspiradores.
- 3.- Consideración individual. - Es un factor que revela el rol del mentor que con frecuencia se asume por los líderes transformacionales
- 4.- Estimulación intelectual. - describe el pensamiento creativo y fuera del esquema del líder, él o ella alienta a los seguidores a abordar los problemas viejos y familiares de forma inédita. Al estimular las pautas de pensamiento novedosos en los empleados, el líder inspira a los seguidores a cuestionar sus propias creencias ya aprender a resolver los problemas en forma creativa por ellos mismos. (pág. 350).

Según Newstrom (2007).

Los líderes transformadores tienen un rol decisivo en el cambio. Son administradores que inician cambios estratégicos audaces para posicionar a la organización en el futuro. Articulan una visión y la promueven

enérgicamente. Ayudan a los empleados a elevarse por encima de su enfoque estrecho en sus puestos individuales o departamentos para tener un panorama más amplio. También estimulan a los empleados a actuar y modelan conductas deseadas de manera carismática. Intentan crear individuos y organizaciones que aprendan y estén mejor preparadas para los retos desconocidos que se aproximan. (p. 334)

Nos queda claro que el estilo de liderazgo que los ejecutivos apliquen tendrá influencia directa en la cultura organizacional, entendiendo ésta como:

La forma en que la empresa puede hacer algo: describe las formas características (“ésta es la forma en que actuamos aquí”) en la que los miembros de una organización trabajan. Los altos directivos, debido a que pueden ejercer su influencia en el tipo de creencias y valores que se desarrollan en una organización, son un determinante importante de cómo trabajaran los miembros hacia la consecución de sus metas organizacionales. (Hill & Jones, 2011, P.381)

Longenecker et. al (2010) establecen que:

Una característica que todo líder debe tratar de incorporar en la cultura organizacional es una actitud positiva de “lo puedo hacer”. La actitud a menudo lo es todo, no importa si un acontecimiento se presenta mentalmente como una desventaja o como una experiencia positiva de la vida. Todo depende de usted. (P. 477)

La cultura organizacional tiene potencial para mejorar el desempeño de la organización, la satisfacción de los individuos, el sentido de certidumbre respecto a la forma de manejar los problemas y otros aspectos de la vida laboral. (Hellriegel et al., 2010 p. 604)

Pero Molero (2001) menciona que:

“Las culturas organizacionales no se producen al azar, sino que responden a las características del entorno social y de mercado en el que la empresa se desenvuelve y se han ido generando a través del tiempo”. (p. 341)

Con base a lo anterior podemos decir que los cambios en el ambiente obligan a las organizaciones a cambiar su cultura para poder adaptarse y los líderes jugaran un papel fundamental ante tantos cambios, de ahí la importancia de que los líderes actuales deben de conocer los cambios para convertirlos en oportunidades, de otra manera no se podrá subsistir. Ese cambio en la cultura de las organizaciones conlleva tener líderes que se adapten a los cambios por lo que el liderazgo transformacional es recomendable para que las organizaciones que estén orientadas a cambiar logrando mayor efectividad.

Problema

De acuerdo a los datos del INEGI (2019) del total de establecimientos de nuestro país, 95% son tamaño micro. 4% son pequeños y 0.8 medianos representando entre los tres el 99.8% y si a esto le agregamos que el 68.4% del personal ocupado labora en ellas generando el 52.2 de los ingresos. Esos datos nos dan un panorama general de la importancia de este estrato para la economía mexicana. Con base a los resultados presentados del ECOVID-IE y del estudio sobre la demografía de los negocios (2020) por el INEGI,

Se estima que 86.6% de 1873564 empresas en el país tuvieron alguna afectación a causa de la pandemia; casi 7 puntos porcentuales menos con respecto a la primera edición en la que 93.2% de las empresas reportó haber tenido alguna afectación. La disminución de los ingresos fue el principal tipo de afectación que reportaron el 79,2% de las empresas. (P.1)

Chiapas no fue la excepción, también las MiPymes fueron rebasadas ante la situación de emergencia sanitaria que se vivió a partir de marzo 2020, muchas de ellas obligadas a cerrar, por un lado, el decremento de las ventas y por el otro por

la falta de estrategias para transformarse y el desconocimiento en innovación tecnológica. Salir de la crisis sanitaria y económica con lleva a las organizaciones a replantearse la forma en como están siendo dirigidas, sobre todo se debe entender que el entorno cada día es más impredecible y los lideres deber tener una actitud proactiva ante cualquier situación. Pero en realidad ¿Qué estilo de liderazgo permitirá a las MiPymes hacer frente a los procesos de cambios?

Método

El objetivo de la investigación fue describir la forma en que los ejecutivos dirigen a las micro, pequeña y medianas empresas en Tuxtla Gutiérrez y determinar el estilo de liderazgo empleado; utilizando para ello un enfoque cuantitativo con diseño de tipo no experimental transversal de alcance descriptivo, el instrumento para la recolección de datos fue el cuestionario con 12 ítems, mismo que se aplicó a 72 ejecutivos de estas empresas en Tuxtla Gutiérrez elegidos mediante una muestra por conveniencia. Para lo cual se planteó el problema y se hizo la revisión literaria existente, se determinó la hipótesis a comprobar “El liderazgo transformacional permitirá a las mipymes de Tuxtla Gutiérrez hacer frente a la incertidumbre de entorno” identificando las variables dependiente e independiente.

Variable dependiente: Adaptación a los cambios

Variable independiente: Liderazgo transformacional

Resultados

Se presenta el análisis únicamente de seis preguntas de las 12 que contiene el cuestionario aplicado, mismas que nos permitirán determinar el tipo de liderazgo que los ejecutivos ejercen en cada una de sus organizaciones.



El 28% de los ejecutivos señalan que el rol más importante de un líder es inspirar a otros a alcanzar resultados, lo preocupante es que el 49% de los ejecutivos encuestados no lo consideran así, cuando a través de ello se pueden modificar comportamientos que permitirán mejores resultados



Los resultados obtenidos en la pregunta 3 nos hace reflexionar sobre el compromiso de los lideres en el desarrollo de sus trabajadores, solo el 14% está totalmente de acuerdo. Un líder deberá tener un plan de carrera o formación con la finalidad de lograr el desarrollo de los empleados.



En relación a la pregunta sobre si los líderes deben intervenir cuando los empleados están realizando su trabajo, el 32% está en desacuerdo y el 10 % está totalmente de acuerdo. El empoderamiento a los trabajadores incrementa su compromiso con las tareas a realizar, un líder deberá hacer que sus seguidores se sientan miembros de la organización incrementando con ello su sentido de pertenencia y por ende la responsabilidad.



La evaluación del desempeño nos permite verificar si el trabajo realizado cumple con los objetivos establecidos dándonos información del cumplimiento de las mismas y estar en posibilidades de establecer estrategias para lograr la calidad. La autoevaluación permite que cada uno conozca su desempeño y al mismo tiempo se

genera mayor apertura en la comunicación para la aceptación de desviaciones en relación los con los estándares establecidos.



El 32% de los ejecutivos de las micro, pequeñas y medianas empresas en Tuxtla Gutiérrez está en desacuerdo. En la actualidad los líderes deben delegar generando mayor confianza en sus empleados, no solo estableciendo equipos de trabajo sino empoderándolos para volver las amenazas en oportunidades y las debilidades en fortalezas.



Es de suma urgencia analizar y proponer alternativas, dada esta respuesta del 29% por parte de los ejecutivos de las Mipymes en virtud que el porcentaje máximo en esta respuesta expresa que existe total desacuerdo en que sean los líderes quienes deben de instruir y aclarar los procedimientos. Los líderes son agentes cambios por lo tanto deben lograr que su equipo alcance los objetivos para ello debe transmitir el conocimiento a sus seguidores.

Conclusiones

El liderazgo son las habilidades que tienen las personas para influir a los demás, el papel que juegan los líderes es decisivo en las organizaciones para crecer, del estilo de liderazgo empleado dependerá la manera en que las organizaciones se adapten a los cambios que se presentan, el COVID 19 provocó cambios drásticos, quizá el más grande y que marcó una ruptura en la cultura organizacional de muchas empresas que necesitan de la presencialidad para ejercer la dirección provocado por la desconfianza que se le tiene al personal.

Con base a los resultados obtenidos en la investigación de campo, los ejecutivos de las mipymes en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas ejercen un estilo de liderazgo autocrático que no les permite alcanzar los objetivos individuales y grupales.

Se requiere de líderes gestores del cambio comprometidos con su personal y que transformen las organizaciones, no se puede continuar con líderes que no tengan la apertura de permitir la participación de los seguidores en la toma de decisiones ni mucho menos en los procesos de innovación. Se percibe por las respuestas de los ejecutivos el temor de involucrar a los seguidores en los procesos y hacerlos partícipes del éxito o fracaso probablemente por continuar con una ideología no válida donde involucrar es disminuir su autoridad y no como el compromiso que se puede dar en esos procesos. El compartir conocimientos con tu personal hará a la organización más adaptable a cualquier incertidumbre, no se puede esperar a que los cambios ocurran. Nos encontramos en un momento donde

se hace necesario utilizar estrategias pertinentes para poder adaptarnos al entorno y poder permanecer en un mercado que día a día se complica y obliga a las empresas a buscar una ventaja competitiva, el estilo de liderazgo empleado es fundamental para lograrlo, esto lo podemos observar actualmente.

Muchos transformaron sus organizaciones, otros esperaron a que terminara el confinamiento y volver a lo que estaban acostumbrados, situación que no les permitió continuar en el mercado, al contrario de los líderes transformacionales que se adaptaron al cambio y están preparados para hacer frente a cualquier situación.

Referencias

- Arise.mx (s/f) Recuperado el 30 de agosto de 2022,
[dehttps://arise.mx/quiqueg/uploads/2020/03/Libro_Negocios_Resilientes_Henry_Peralta.pdf](https://arise.mx/quiqueg/uploads/2020/03/Libro_Negocios_Resilientes_Henry_Peralta.pdf)
- Deloitte.com (s/f). La organización resiliente. Prosperar ante la incertidumbre. Recuperado el 30 de agosto de 2022
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cl/Documents/risk/the-resilient-organization-ES.pdf>
- EAE (Business School) (2022) Guía de liderazgo transformacional. ¿Qué es el liderazgo transformacional y como desarrollarlo dentro de tu empresa? Recuperado el 30 de agosto de 2022
<https://incp.org.co/Site/publicaciones/info/archivos/Guia-de-liderazgo-transformacional.pdf>
- Evans J, y Lindsay W. (2008) Administración y control de la calidad séptima edición Cengage Learning
- Hellriegel D., Jackson S. & Slocum J. (2010) Administración un enfoque basado en competencias. 11ª. ed. Cengage Learning
- Hill C. & Jones G. (2011) Administración estratégica. Un enfoque integral. 9na ed. Cengage Learning
- INEGI Recuperado el 30 de agosto de 2022
https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/E-COVID-IE_DEMOGNEG.pdf
- Longenecker J., Moore C. Petty J. & Palich L. (2010). Administración de pequeñas empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras. 14ta ed. Cengage Learning
- Lussier R. & Achua C. (2011) Liderazgo, Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades Cengage Learning inc. Recuperado el 30 de agosto de 2022 disponible a través de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Enfasis-EEG/EEG-11/libro-general.pdf>

Molero F. (2001). El líder y la cultura organización. Su incidencia en la eficacia de las empresas. Revista de Psicología del trabajo y de las organizaciones.

Recuperado el 30 de agosto de 2022

<https://www.redalyc.org/pdf/2313/231318273006.pdf>.

Newstrom J. (2007). Comportamiento humano en el trabajo. 13era ed. Mc Graw Hill

PricewaterhouseCoopers. (s/f). 25th annual Global CEO Survey –. PwC.

Recuperado el 1 de septiembre de 2022, de

<https://www.pwc.com/ceosurvey>

Sánchez M. (2011). Administración. Ed. patria

Stephen R. & Timothy J. (2009) Comportamiento organizacional. Pearson.

Recuperado 31 de agosto de 2022

<https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/c63ec308876a5be7631a7ae6f7fe1da8.pdf>

Mezcla de mercadotecnia para la elaboración de la butifarra artesanal en Tonalá, Chiapas.

C. Juana Adriana González Zavala¹; Dra. Georgete Alexandra Orantes Zenteno.²; Dra. Laura de Jesús Velasco Estrada³

Resumen

El objetivo de una investigación de mercado para un producto local es primordialmente comprobar el entorno comercial y el tipo de comprador que adquiere dichos productos, ya que la demanda de los consumidores por productos de calidad ha ido en aumento en los últimos años. El objetivo general de esta investigación es establecer de qué forma utilizan los elementos de la mezcla de mercadotecnia los productores de la butifarra artesanal de Tonalá Chiapas. Para poder establecer una propuesta de estrategia comercial para su comercialización y difusión.

El enfoque utilizado en la investigación es mixto ya que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación con diseño de tipo no experimental transversal de alcance descriptivo, el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario con 26 preguntas aplicado al público en general y la entrevista al dueño de la empresa. Los resultados de la investigación arrojan que el producto no cuenta con un sello de garantía en su elaboración, que garantice la calidad, su comercialización y distribución es local, no se aplican ninguna estrategia mercadológica, por lo que se propone mediante una estrategia productiva un modelo de mercadotecnia donde aplicara las 4P (plaza, producto, precio y promoción).

Palabras Claves: Embutidos, Mezcla de Mercadotecnia, Mipymes

¹ Egresada de la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I. UNACH. Correo agz1981@hotmail.com

² Profesora de tiempo completo de la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I. UNACH. Email georgete.orantes@unach.mx

³ Profesora de tiempo completo de la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I. UNACH. Email lvelasco@unach.mx

Introducción

Debido al incremento de las Mipymes, en México, la mercadotecnia se convierte en una herramienta vital para las empresas, con el uso correcto, se incrementan las ventas y cautiva la atención del cliente para el uso o consumo del producto o servicio que la empresa ofrece logrando con esto tener una ventaja competitiva. La mercadotecnia ayuda a conocer más al cliente, saber cuáles son sus necesidades y poder mejorar la calidad, superando las expectativas del consumidor. Las mipymes forman parte importante de la economía del país con un 99.8% y estas son generadoras de los empleos, por lo que es necesario conocer cómo se desarrollan. Para Kotler, P. (2001) “la mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”. Padilla Padilla, K. (2013) “menciona que la planeación de la mercadotecnia es un proceso sistemático que comprende el estudio de las posibilidades y los recursos de una empresa”, este proceso es muy importante para toda empresa, ya que se tiene que ver con que es lo que dispone la empresa y que se puede hacer con eso. De acuerdo con Ayala Félix (2013.) “el estudio de la mercadotecnia involucra actividades como Producto, Precio, Promoción y Plaza conocidas como las 4 P’s”.

La presente investigación tiene como objetivo general establecer de qué forma utilizan los elementos de la mezcla de mercadotecnia los productores de la butifarra artesanal de Tonalá Chiapas. Se ordenó un marco teórico que permita conocer sobre la temática que se aborda y poder con base a este crear el instrumento de investigación, así mismo se presenta el planteamiento del problema, el abordaje metodológico y finalmente los resultados obtenidos, así como la conclusión y propuesta del modelo.

Referentes teóricos

Para Kotler, P. “ (2001) la mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través

de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”. Para Padilla Padilla K. (2013) “La planeación de la mercadotecnia es un proceso sistemático que comprende el estudio de las posibilidades y los recursos de una empresa”. Según “El marketing juega un papel importante en los resultados de las ventas de productos o servicios de nuestra pequeña empresa, sin el marketing nuestra pyme está condenada al fracaso”.

Camacho Castellanos, J.C. (2008.) Menciona que “se ha encontrado con emprendedores que al crear una empresa, no dedican presupuesto para actividades de mercadotecnia, lo que constituye un grave error de estrategia”. Este error es muy común en las personas que quieren hacer crecer su negocio, pero no lo pueden lograr ya que no cuentan con la mercadotecnia que necesitan para darse a conocer con los consumidores, a consecuencia de esto, no existen los suficientes ingresos como para seguir manteniendo a la empresa.

De acuerdo con Ayala Félix (2013.) “el estudio de la mercadotecnia involucra actividades como Producto, Precio, Promoción y Plaza conocidas como las 4 P’s”. Estas variables son de gran importancia para poder sobresalir de nuestra competencia, hacer que los precios sean menores, dar a conocer el producto y que este sea bueno, con todo esto se tiene que lograr la preferencia del cliente con la empresa.

Colín Salgado, M. (2016) Afirma que “Un buen número de PYMES no dispone de un departamento o persona encargada del Marketing”. Esto es preocupante para las empresas, el marketing es fundamental para el logro de metas, es por eso que las empresas que no implementan una publicidad, tienden a fracasar en poco tiempo. Para Castaño Ríos (2009) “La creencia de que sólo las grandes empresas y las grandes consultoras pueden dar este servicio afortunadamente va cayendo en desuso”. Sainz de Vicuña Ancin, J.M. (2009) Aporta que “Se puede decir que la comercialización de una pequeña empresa es la combinación entre la publicidad tradicional y los medios sociales como Internet”. En estos tiempos, un factor importante para la publicidad es el internet, ya que la mayoría de la gente posee alguna red social y por medio de esta se entera de la empresa que se está promocionando.

Galmés Cerezo, M., (2015) menciona que “La finalidad de implementar la mercadotecnia en las MIPYMES está en satisfacer las necesidades de los clientes y para esto es fundamental detectar estas necesidades haciendo un estudio de mercado”. Para Iurcovich, P. (2012) “Las Pymes no están familiarizadas con la mercadotecnia ya que piensan que solo las empresas multinacionales la necesitan”. Morán, C.E. (2013). Afirma que “es primordial establecer la identidad de marca antes de iniciar cualquier actividad de marketing”. Esto es lo más importante antes de hacer publicidad a una empresa, se tiene que buscar un nombre que sea atractivo y fácil de recordar para el cliente y así tengan preferencia para la empresa. Según Padilla Padilla (2013). “Las principales ventajas de la planeación de la mercadotecnia, es que logra estimular el pensamiento sistemático de la gerencia de mercadotecnia”, señala que “Los empresarios deben tener una perspectiva amplia y completa de lo que es la mercadotecnia”. Esto les sirve para ver más allá de lo que necesitan vender, buscan la satisfacción de clientes por medio de la mercadotecnia.

Galdámes Cerezo (2015). Menciona que “Una buena estrategia de marketing puede ayudar a acercar las posturas de empresa y consumidor y aumentar el éxito de la empresa”.

La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. (Kotler, 2001).

El concepto de marketing es una filosofía simple, intuitivamente atractiva, que articula una orientación al mercado. Se basa en la idea de que la razón de ser de una organización está justificada, en términos sociales y económicos, en la medida en que satisfacen los deseos y las necesidades de los clientes al tiempo que alcanza los objetivos organizacionales. (Lamb, Hair, & McDaniel.C., 2014)

Marketing es un sistema total de actividades de negocios ideados para plantear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados metas, a fin de lograr objetivos de las organizaciones. (McDaniel, 1986).

El marketing debe empezar con una idea del producto satisfactor y no debe terminar sino hasta que las necesidades de los clientes estén completamente satisfechas, lo cual puede ser algún tiempo después de que se haga el intercambio. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007).

Asociado al concepto de marketing, se encuentra la mezcla de mercadotecnia que se define a continuación seguido del plan de mercadotecnia.

La mezcla de mercadotecnia, Kotler y Armstrong, la definen como "el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta compuesta por producto, precio, plaza y promoción incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto". (Kotler & Armstrong, 2013).

El plan de mercadotecnia es un mecanismo de la puesta en práctica que se integra dentro de un plan de negocio estratégico total y se puede aplicar de acuerdo a las características de cada empresa.

Definiciones de mercadotecnia según autores

- El concepto de marketing sostiene que lograr las metas organizacionales dependen de conocer las necesidades y deseos de los mercados meta y de entregar los satisfactores de mejor manera que la potencia.

El concepto de marketing es una filosofía centrada en el cliente, sentir y responder. Las tareas no es encontrar a los clientes correctos para -sus productos, sino encontrar los productos correctos para sus clientes. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007).

- El concepto de marketing es la actividad que crea, comunica, ofrece e intercambia ofertas que benefician a la organización, los grupos de interés de esta (clientes, proveedores, accionistas comunidad y gobierno) y la sociedad en general. (Kerin, Hartley, & Rudelius, 2014).

- Mercadotecnia. - El concepto de mercadotecnia no es una definición sobre lo que es y hace la mercadotecnia. Se trata de una forma de pensar, una filosofía de dirección, sobre cómo debe entenderse la relación de intercambio de los productos de una organización. (Santesmases, Sanchez, & Valderrey, 2013).

- Si definimos el negocio de marketing incluye.
 - a) Concentrarse en los deseos y necesidades de los clientes de modo que la organización pueda diferenciarse sus productos de los que ofrece la competencia.
 - b) Integrar todas las actividades de la organización, incluyendo la producción para satisfacer los deseos de los compradores.
 - c) Alcanzar las metas de la organización a largo plazo mediante la satisfacción, en forma responsable y legal, de los deseos y las necesidades de los compradores.

Mercadotecnia: es un sistema global de actividades de negocios proyectados para plantear, establecer el precio, promover y distribuir bienes y servicios que satisfacen deseos de clientes actuales y potenciales. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007).

Una mezcla de productos es el conjunto de todos los productos ofrecidos a la venta por una empresa. La estructura de una mezcla de productos tiene amplitud y profundidad. Su amplitud se mide por el número de líneas de productos que comprende; su profundidad, por la diversidad de tamaños, colores y modelos que se ofrecen con cada línea de productos. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007).

Problema

La contribución de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) en la generación de empleos, la obtención de ingresos y su papel como generadoras de riqueza es reconocida en todo el mundo, de ahí la importancia de fomentar su crecimiento (Estrada Bárcenas & García Pérez de Lema, 2009).

La principal investigación muestra como las pymes específicamente de la butifarra tienen una problemática integral, dicha problemática tiene orígenes tanto en las influencias del entorno, como en deficiencias de gestión interna. Estos problemas no solamente son comunes a las Pymes independientemente del sector en que operen, sino que tienen interrelaciones sistémicas entre ellas.

En el municipio de Tonalá, Chiapas existen pymes que no manejan la comercialización, ya que desconocen cuáles son los procedimientos para introducir eficazmente su producto para su mejor distribución. No cuentan con un proceso de

registro de elaboración del producto por lo consiguiente solo produce y elabora el dueño de la empresa. Por tal motivo, se pretende brindarle una alternativa al empresario de la empresa que implemente algún modelo de la mezcla de mercadotecnia donde se evaluará la necesidad que existe en su empresa y describir que instrumentos de mercadotecnia ayudan a cuidar del patrimonio de su empresa. El desarrollo de la siguiente investigación debe responder a la siguiente interrogante ¿De qué forma utiliza los elementos de mercadotecnia el productor de la butifarra artesanal de Tonalá Chiapas?

Método

El objetivo de la investigación es Establecer de qué forma el productor de la butifarra artesanal de Tonalá Chiapas, utiliza los elementos de la mezcla de mercadotecnia, empleando para ello un enfoque mixto, con diseño no experimental transversal de alcance exploratorio y descriptivo, el instrumento para la recolección de datos fue el cuestionario con 26 preguntas la muestra se aplicó a 200 personas (clientes, comerciantes, público en general) en el Barrio Nicatán, del Municipio de Tonalá, Chiapas. Se realizó una entrevista al propietario de la empresa de Butifarra Pepe´s. Se planteó el problema y se realizó la revisión literaria, se determinó la hipótesis a comprobar “utilizar la mezcla de mercadotecnia y sus elementos ayudara a la empresa Pepe´s a mejorar la promoción y distribución del producto, así como establecer los precios adecuados sin afectar la calidad del producto”.

Identificando una única variable conceptual y operacional, siendo la variable conceptual la mezcla de mercadotecnia y las variables operacionales el precio, producto, plaza y promoción.

Resultados

Se presenta el análisis únicamente de ocho preguntas (2, 4, 5,8, 9,15,16,19) de las 26 que contiene el cuestionario aplicado, mismas que nos permitirán demostrar la forma que utiliza los elementos de mercadotecnia el productor de la butifarra

artesanal de Tonalá Chiapas, así como los niveles de consumo, sabor, precio y disponibilidad en la zona Costa.



Los resultados obtenidos de 200 consumidores nos arrojan un total del 100%, que el 38% lo consume por antojo, el 31% por otro motivo, el 14% por gusto, 10% por festejo, 3% por costumbre familiar, 2% en reuniones, 2% no sabe.

En la Costa normalmente la gente consume mariscos, queso, entre otros, sin embargo, la butifarra está formando parte de la gastronomía en Tonalá, esto puede deberse a que la gente los fines de semana consume mucho por antojo más de lo normal el producto.



Los resultados obtenidos de 200 consumidores nos arrojan un total del 100% que el 42% prefiere en tianguis, 38% para llevar a casa, 6% en un local, 6% en restaurantes, 6% otros, 2% no sabe.

Interpretación

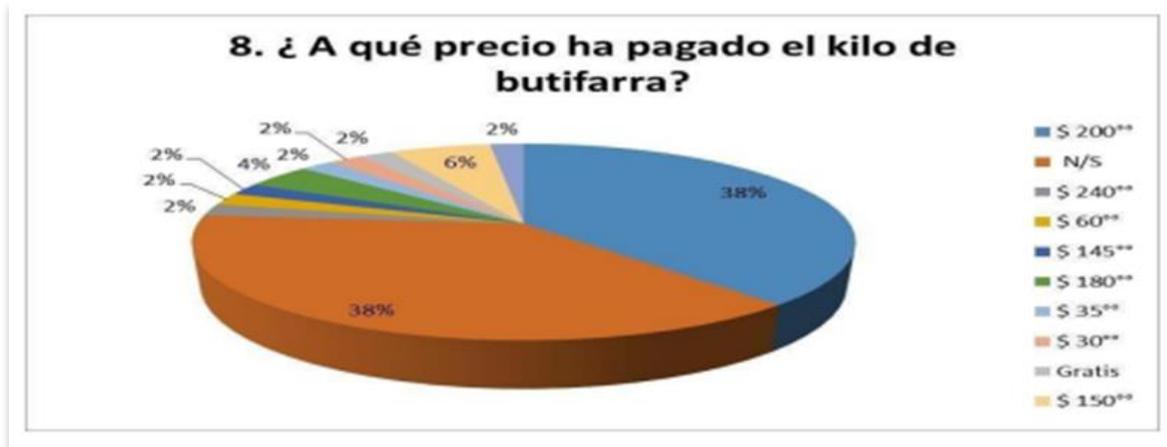
La butifarra está siendo consumida principalmente en tianguis, porque el consumidor se le hace más factible y compra al mismo tiempo cosas para su hogar.



Del 100% que representa, se observa que el 32% que en familia, el 29% que solos, el 27% en compañía de amigos, el 8% no sabe y el 4% otros.

Interpretación

Con base a los datos obtenidos podemos observar que el mayor público encuestado prefiere consumirla en familia para estar dialogando a la hora de consumirla.



En esta gráfica de 10 opciones que representa al 100%, observamos que el 38% lo ha pagado en \$ 200, el 38% no sabe, el 6% en \$150, 4% en \$180, el 2% en \$60, el 2% en \$240, \$60, \$145, \$35, \$30 y gratis.

Interpretación

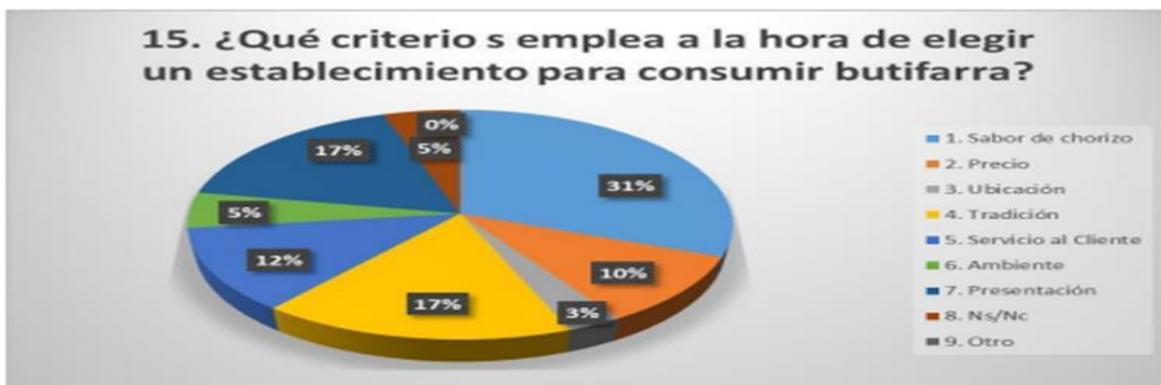
Con base a los datos obtenidos podemos observar que 38% del publico encuestado nos dice que lo ha pagado en \$ 200⁰⁰ por kilo si consume la butifarra y la paga en ese precio y el otro 38% no sabe.



Podemos observar 5 puntos, que representan al 100% donde el 48% dice que su precio es adecuado, el 37% no sabe, el 10% puede pagar más de lo que vale, el 4% contesto que otros, el 1% paga menos que de lo que vale.

Interpretación

Con base a los datos obtenidos la mayoría de los encuestados si paga los \$ 200⁰⁰ por el producto, ya que se le hace adecuado y de muy buena calidad.



En esta gráfica podemos ver que del 100% de los consumidores 31% nos dicen que al momento de consumir la butifarra sabe a chorizo, el 17% lo elige por tradición, el 17% por la presentación del producto, el 12% por el servicio, el 10% por el precio accesible, el 5% por ambiente, el 5% no sabe elegir y el 3% no sabe.

Interpretación

La gente encuestada nos dice que al consumir la butifarra sabe a chorizo. Sin embargo podría decir quizás que por su estructura y presentación es similar al del chorizo, además que la carne es de puerco y utiliza una tela protectora (tripa) parecida al del chorizo quizás sea esa la razón por la que los clientes asumen el parecido, ya que tiene un sabor distinto si le pones adicional limón y salsa para consumirla de diferente manera.



De los 4 puntos que representa al 100% nos dice el 39% que es muy bueno, el 37% que es bueno, el 21% que es regular y el 3% no indico nada.

Con base a los datos obtenidos podemos observar que el mayor publico si consume la butifarra y lo califica como de buen sabor, ya que les gusta a sus clientes por eso lo consume frecuentemente.



En esta gráfica podemos ver 2 puntos, que representan al 100% donde los consumidores el 67% nos dice que hay muy poca disponibilidad baja al comprar la butifarra, y el 33% nos dice que su disponibilidad es alta al comprarla.

Interpretación

Con base a los datos obtenidos podemos observar que el mayor público encuestado que, su disponibilidad es baja al adquirir el producto en este municipio, ya que el producto no es muy tradicional, y que donde siempre hay disponibilidad alta de ese producto es en San Cristóbal de las Casas ya que es tradicionalmente conocida por sus embutidos.

Conclusión

Después de haber analizado los resultados obtenidos del instrumento de investigación se emite la siguiente conclusión, las microempresas familiares conocidas como pequeños contribuyentes no le dan importancia a los nuevos planteamientos en relación a la mercadotecnia específicamente a los cuatro componentes principales del precio, producto, plaza y promoción y queda determinado por la experiencia y el conocimiento del ámbito familiar, porque son ellos los que saben del negocio y además son los dueños o los fundadores los que se ocupan de realizar esta actividad y esto se limita a la capacidad que tenga ya que piensan que han salido adelante sin estos elementos a considerar además consideran que estos modelos son difíciles de aplicar para ellos y consideran que

al hacerlo pueden tener el riesgo de desaparecer del mercado ante este pensamiento se tienen rendimientos decrecientes, aplicar nuevos elementos para mejorar a la empresa implica comprar productos de avanzada tecnología, y de mucha inversión, pagar o contratar a personal especializado y eso para ellos implica un gasto innecesario.

Con base a los resultados obtenidos en la investigación de campo la mezcla de mercadotecnia no representa un punto de partida para el establecimiento aunque el producto tiene aceptación.

Referencias

- Ayala Félix, F. (2013.). Desarrollo de estrategias de posicionamiento. Caso:Producto Quinoa. *PERSPECTIVAS*, (32),39-60.
- Camacho Castellanos, J. C. (2008.). *Marketing de Servicios*. México : Editorial Academica Española (eae).
- Cataño Ríos, C. E. (2009). La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial. *Journal revista de la Facultad de Ciencias Economicas: Investigación y Reflexión*, 179-194.
- Colin Salgado, M. (2016). Analisis de la relación hábitos y aceptación de 9S como elemento de competitividad en la pyme manufacturera. *CEA, vol.4, núm.7*, 29-47.
- Estrada Bárcenas, R., & García Pérez de Lema, D. S. (2009). Factores Determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empirico en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14 (46) 169-182.
- Galmés Cerezo, M. (2015). Comunicación y Marketing experiencial: aproximación al estado de la cuestión. *Redalyc.org*, 31(1),974-999.
- García Gómez, B. &. (2013.). *Marketing de fidelización*. .
- Iurcovich, P. (2012). La Pequeña y Mediana empresa y la función de la comunicación. *Cuaderno 40 Centro de Estudios en Diseño y comunicación* , 84.
- Kerin, R., Hartley, S., & Rudelius, W. (2014). *Marketing, 11a. edición*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia “La edición del Milenio*. México: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing, Decima primera edición*. México: Person.

- Lamb, C., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2014). *MKTG. Estrategias de Aprendizaje .7 edición*. México: CENGAGE Learning.
- McDaniel, C. (1986). *Curso de mercadotecnia. Segunda edición*. México: Harla.
- Morán, C. (2013). Secretos básicos del marketing para pymes. *Forbes*.
- Padilla Padilla, K. J. (28 de junio de 2013). *Importancia de la planeación de la mercadotecnia en las empresas*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/importancia-de-la-planeación-de-la-mercadotecnia-en-las-empresas>: <http://www.gestiopolis.com/importancia-de-la-planeación-de-la-mercadotecnia-en-las-empresas>
- Sainz de Vicuña Ancin, J. M. (2009). *El plan de mercadotecnia en la Pyme*. Madrid: ESIC.
- Santesmases, M. M., Sanchez, G. A., & Valderrey, V. F. (2013). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Mexico: Porrúa.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing, 14th edición*. México: McGraw Hill.

La auditoría como parte del análisis de riesgos en las empresas familiares

Dr. Julio César González Caba¹; Dr. Felipe de Jesús Gamboa García²; Mtro. Santiago de Jesús Rejón Delgado³

Resumen

En América Latina, las empresas familiares representan una alta proporción de todas las empresas en la economía de los países; sin embargo, a pesar de su importancia para el desarrollo económico, las empresas familiares suelen carecer de una planificación adecuada, la falta de un plan de acción en cualquier actividad, conlleva a que ocurran riesgos. Normalmente en las empresas familiares al emprender un negocio estas no tienen previsto los problemas a que se van a enfrentar, sin tener en cuenta los aspectos administrativos, legales, fiscales principalmente. Por lo anterior, se debe de someter a un cuestionamiento a las empresas familiares, para analizar los riesgos desde su origen, como por ejemplo si estas cuentan con políticas, procedimientos y controles, y posteriormente analizar si estas están siendo supervisadas por personas capacitadas interna y por expertos externos siendo estos los auditores. La presente investigación tiene por objeto implementar un manual de control interno con el objetivo de identificar con mayor profundidad el nivel de cumplimiento dentro de las empresas familiares y que permitan minimizar los riesgos, de una manera sistémica, fácil de utilizar y con costos bajos.

Palabras claves: Auditoría, Análisis de Riesgo, Empresas Familiares, Auditoría financiera.

¹ Contador Público Certificado por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A. C., Doctor en Gestión para el Desarrollo por la Universidad Autónoma de Chiapas y Doctor en Administración por el Instituto de Estudios Superiores de Chiapas, jajama_2@hotmail.com, 9611567906, Universidad Autónoma de Chiapas.

² Doctor en Derecho Público por el Instituto Nacional de Estudios Fiscales. Profesor investigador de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Chiapas. Contacto: feligamb@hotmail.com; tels. Oficina 9616138878, 9616132778. Celular 9616030286. Universidad Autónoma de Chiapas.

³ Contador Público Certificado por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A. C., Especialista en Auditoría de Información Financiera y Mtro. En Derecho Fiscal, Correo electrónico: rejonsantiago@hotmail.com, teléfono: 998 734 9744, Docente del Instituto Tecnológico de Cancún.

Introducción

En América Latina, las empresas familiares representan una alta proporción de todas las empresas en las economías de los países; sin embargo, a pesar de su importancia para el desarrollo económico, las empresas familiares suelen carecer de una planificación adecuada, y como consecuencia la falta de un plan de acción conlleva a que ocurran riesgos, en base a lo anterior, el presente estudio se aborda en el ámbito empresarial pero prioritariamente en las empresas familiares, toda vez que los grandes corporativos desde su nacimiento cuentan con capital y con estructuras organizacionales establecidas por especialistas. Por tradición en nuestro país son pocas las empresas familiares que al nacer no cuentan con una estructura organizacional establecida ya sea por la falta de recursos económicos, o por considerar que estas cuestiones son poco prácticas y útiles. Es importante contar con los servicios de profesionistas especializados en establecer políticas, procedimientos y controles internos que permitan a la organización minimizar los riesgos, de una manera sistémica, fácil de utilizar y con costos bajos para las empresas familiares.

Dentro de este tipo de organizaciones, se consideran 3 aspectos, donde se pueden advertir ciertos riesgos dadas las diversas formas en que éstos logran impactar al sistema familiar: La familia, el negocio y la propiedad, debido a esto, la presente investigación exhibe dentro del referente teórico algunos conceptos acerca de la auditoría financiera, el análisis de riesgo y la evolución de control interno así mismo, se proyecta el problema o situación que abordaremos, la hipótesis de la investigación, la pregunta de investigación, el método principal que se ha desarrollado y por último se expone el resultado al cual nos ha llevado esta investigación y la conclusión.

Referentes teóricos

- Evolución
- Antecedentes internacionales

El origen de la auditoría surge con el advenimiento de la actividad comercial y por la incapacidad de intervenir en los procesos tanto productivos como comerciales de una empresa. (Sandoval, 2012, p.10). Debido a esto surge la necesidad de buscar personas capacitadas, para desarrollar mecanismos de supervisión, vigilancia y control de empleados que desarrollan actividades operacionales de la empresa.

A Reino Unido se le atribuye el origen de la auditoría, fue en Gran Bretaña, debido a la Revolución industrial y a las quiebras que sufrieron pequeños ahorradores.

Debido a la Revolución Industrial, los comerciantes empezaron a tener la necesidad de crear un sistema de supervisión con el cual el dueño o el administrador extendieran su control y vigilancia.

Ante una mayor globalización de la economía (internacionalización de la actividad de las empresas), se hace necesario alcanzar altos niveles comparativos de la información financiera suministrada por las empresas para conseguir una mayor armonización contable y poder comparar los estados financieros de empresas de distintos países.

Antecedentes en México

“Un ejemplo es el pueblo azteca que solicitaba los tributos que les entregaban sus dominados, ya que cuando se daba un incumplimiento al pago de dichas contribuciones, el calpixque (capataz encargado entre los indios del repartimiento y cobro de los tributos) lo reportaba”. (Hicks, 1978, p.9)

“Durante la época de la Colonia, esta función la ejerció la autoridad religiosa, la cual se impuso a la fuerza. En esta época, los hacendados y los grupos económicos favorecidos tenían que pagar su diezmo al virrey-iglesia, y para su control estaban los auditores, quienes eran los encargados de emitir los reportes, y quienes no cumplían con dicho pago eran enviados ante el Tribunal del Santo Oficio o Santa Inquisición”. (Tapia, 2019, p.16).

De acuerdo a Toscano (2011) en México el origen de los servicios de auditoría se remonta a inicios del siglo XX con la llegada de grandes firmas internacionales cuando las compañías extranjeras radicadas en México demandaban desde entonces la prestación de servicios profesionales de auditoría.

Cerca de los años treinta, se fundan las primeras firmas auditoras mexicanas, que luego de veinte años empezaron a fusionarse con las grandes firmas internacionales.

- Empresa Familiar

Las empresas familiares ocupan un gran porcentaje del total de empresas en las economías de todos los países, a pesar de que las empresas familiares son importantes para el desarrollo económico, estas llegan a carecer de planificación, una organización adecuada, de un área de auditoría interna o bien los servicios de un auditor externo, que cumpla los fines de control, prevención y detección de fraudes a la que toda empresa está expuesta.

Varias empresas pequeñas y medianas han notado el efecto positivo de una auditoría debido a la influencia de esta en la opinión de terceras personas interesadas, las empresas de menor tamaño ven que la opinión positiva de una auditoría mejora sus relaciones con entidades financieras, posibles inversores, lo cual las coloca delante de sus competidores.

Para las pequeñas y medianas empresas, una auditoría puede ser un gasto adicional, pero para las microempresas, puede ser una formalidad que solo se aplica a las empresas más grandes. Independientemente del tamaño de la empresa, ya sea pequeña, mediana o grande, los beneficios de una auditoría son altos.

Auditoría financiera

La auditoría financiera es la revisión o examen que realiza un Contador Público Independiente a los estados financieros de una Entidad, con la finalidad de emitir una opinión profesional, con base en las normas de su profesión. (NIA´S).

Las normas internacionales de auditoria requieren que el auditor:

- Ejercer su juicio profesional y mantener un escepticismo profesional durante la planeación y desarrollo de la auditoria, para reducir el riesgo de pasar por alto circunstancias inusuales o sobre generalizar.
- Identifique y evalúe riesgos de representación errónea de importancia relativa, ya sea debido a fraude o error, basándose en el entendimiento de la entidad, su entorno y control interno.
- Obtenga suficiente evidencia apropiada de auditoria sobre si las representaciones erróneas de importancia relativa existen, a través del diseño e implementación de respuestas apropiadas a riesgos evaluados.
- Establezca una opinión sobre los estados financieros basándose en conclusiones obtenidas de la evidencia de la auditoria.
- Dictamine sobre los estados financieros y comunique de acuerdo con los resultados obtenidos.

La importancia de una auditoría financiera radica en que cuando esta se realiza de forma correcta se logran obtener datos verdaderos y confiables sobre los registros en los libros o bien en el sistema que utiliza la empresa para el registro de sus operaciones contables, mismas que se reflejan en los estados financieros.

Tipos de riesgos en las empresas familiares

Rizo (2018) nos menciona que el entorno mundial de negocios se caracteriza por altos índices de inestabilidad, acompañados cada vez más de escenarios impredecibles y riesgosos.

En las empresas familiares hay situaciones de riesgos típicas, ejemplos tales como (Rabinovich, 2014):

- Confundir ser dueño con capacidad directiva: ser propietario, poseer acciones, es distinto a poder dirigir, liderar y gestionar un negocio. En los comienzos, el fundador es hacedor mientras es dueño. Luego la expansión de la empresa, la complejidad creciente y el ingreso de los hijos, requieren de capacidades para sostener la posición competitiva y la performance como empresa familiar.
- Mezclar movimientos económicos: mezclar el flujo de dinero, sueldos, gastos, retiros, entre lo personal, familiar y empresario. Por lo tanto, queda confuso que es de quien, cuando y en qué momento.
- Demorar la sucesión: hay un momento en que es tiempo de empezar a pensar el cambio y transmisión del máximo cargo. Retrasarlo es correr peligro debido al riesgo de imprevistos, así como de fomentar el cansancio y desagrado en quienes vienen con aspiración de continuidad y ejercicio de poder.
- Creerse inmune: “¡¡esto a mí no me pasa!!”, “acá no llega es esa tendencia”, “en este error no incurrimos jamás”. Muchas veces el éxito nos lleva a creer que las cosas seguirán un camino ascendente por naturaleza, no estamos vacunados contra la incertidumbre, los conflictos, los problemas, etc.
- Contar con trabajadores de mucha antigüedad, sin una remuneración legal y prestaciones sociales, los que a su vez no son capacitados en los quehaceres de su función dentro de la empresa
- La creación de círculos viciosos, generados por la excesiva confianza tanto en los trabajadores como en las formas rudimentarias de llevar un control interno.

Los riesgos representan una amenaza y peligro para la permanencia de las empresas familiares, por lo que resulta importante controlar estos riesgos de tal forma de establecer un plan de respuesta para cada uno de ellos, tomando en cuenta que cada organización es única

- Análisis de riesgos

De acuerdo con Mejía (2013, p.25), “El interés por identificar riesgos existe desde la antigüedad, debido a la necesidad de prevenir eventos no favorables para el bienestar de la humanidad”. Pedir consejos de expertos, consultar información en distintos medios, estar al tanto de noticias nacionales como internacionales, monitorear acciones de la competencia tanto como los gustos de los consumidores son algunos de los medios que han servido para analizar posibles riesgos que alteren los objetivos, metas e incluso la seguridad tanto personalmente como empresarialmente.

Para Rizo (2018) la evaluación de riesgos se define “como un proceso dinámico e interactivo orientado específicamente a identificar y gestionar el riesgo, teniendo como eje rector el garantizar la consecución de los objetivos definidos y consensuados que haya determinado el consejo de administración”.

Es de suma importancia que las empresas desarrollen planes y procesos con los cuales hacer frente a posibles riesgos, se deben ejecutar simulacros que modelen los riesgos a los que la empresa puede llegar a estar expuesta, con esto estar preparados y poder convertir los riesgos en oportunidades para la empresa.

El análisis de riesgos a través de la auditoría financiera

De acuerdo con Hernández (2019), los cambios que ocurren hoy, su complejidad y la velocidad con los que se dan, son las raíces de la incertidumbre y el riesgo que las organizaciones confrontan. Las fusiones, la competencia global, los avances tecnológicos, las desregulaciones, y las nuevas regulaciones, etc. Generan un ambiente operativo, cada día más riesgoso, complejo y complicado, surgiendo nuevos retos con los cuales lidiar, son problemas que se presentan en las organizaciones familiares que probablemente al desconocer estos aspectos, probablemente operan al margen de la ley o a través de conductas no éticas.

El análisis de riesgos es una herramienta muy importante para el trabajo del auditor y la calidad del servicio, por cuanto implica en el diagnóstico de los mismos para velar por su posible manifestación o no.

En toda organización es de suma importancia contar con una herramienta, que ayudé a una correcta evaluación de los riesgos a los cuales están sometidos los procesos y actividades de una entidad, es importante que por medio de procedimientos se evalué el desempeño de esta herramienta.

- Evolución de control interno

Las primeras referencias respecto al término control interno vinculada a la auditoría, aparece formulada cerca de 1940 en Estados Unidos de América, al plantearse la vigencia de los principios de contabilidad generalmente aceptados (PCGA), ocasión en que se anunció el principio de “confiabilidad de los datos a través del control interno”, asunto confirmado por el C.P.A Paúl Grady, en su famoso texto “Inventario de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados”.

El tipo de control interno que aludió Grady (1977), consideraba que la confiabilidad de la información contable, se lograba con la implementación de medidas adecuadas de control interno, para procurar evidencias documentales objetivas (por ejemplo, facturas pagadas fehacientemente).

Grady indicaba que en aquellas fechas simultáneamente, el American Institute of Certified Public Accountants de los Estados Unidos, conocido en el mundo como AICPA, adoptó diversas tareas, entre ellas “El establecimiento de normas de auditoría generalmente aceptadas (NAGA)”, las mismas que fueron preparadas y publicadas en tres grupos: Normas Generales, Normas de Ejecución del Trabajo y Normas para la Formulación del Informe.

En ese entonces se ubicaba dentro de las relativas a la ejecución, la norma número 2, que disponía:

“Deberá realizarse un adecuado estudio y evaluación del control interno, como base para confiar en el mismo, y para fijar la amplitud necesaria de las pruebas a las que deben contraerse los procedimientos de auditoría”.

Históricamente el control interno adquirió mayor arraigo, al constituirse en un segundo objeto de la auditoría financiera, a la vez, y como es tácito, quienes debían dar cuenta de su implementación, mantenimiento y vigencia ante los auditores, eran los responsables de la dirección o gestión de las entidades.

Posteriormente, con el ejercicio de la auditoría a nivel internacional, la Federación Internacional de Contadores Públicos (IFAC), creada en 1977, a través de su Comité de Prácticas Internacionales de Auditoría (IAPAC), inició la aprobación y publicación de las International Standards on Auditing (ISA), que traducidas al español se conocen como Normas Internacionales de Auditoría (NIA).

Actualmente, es la norma internacional de auditorio número 315, la que establece como objetivo del Auditor la identificación y valoración de los riesgos de incorrección material debida a fraude o error, tanto en los estados financieros como en las afirmaciones, mediante el conocimiento de la entidad y de su entorno, incluido su control interno.

El control interno comprende todas las políticas y procedimientos establecidas en una organización con la finalidad de manera coordinada para salvaguardar los activos, promover la eficiencia operacional, generación de una adecuada información financiera y la adhesión a las políticas prescritas por la empresa.

Actualmente, el Control Interno de acuerdo a la NIA 315, establece que es un proceso diseñado, implementado y mantenido por los responsables del gobierno de la entidad, la dirección y otro personal, con la finalidad de proporcionar una seguridad razonable sobre la consecución de los objetivos de la entidad relativos a la fiabilidad de la información financiera, la eficacia y eficiencia de las operaciones, así como sobre el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

Problema

La falta de un plan de acción en cualquier actividad conlleva a que ocurran riesgos, por tradición en nuestro país son pocas las empresas familiares que al iniciar operaciones no cuentan con una estructura organizacional establecida ya sea por la falta de recursos económicos, o por considerar que son cuestiones administrativas poco prácticas y útiles. Normalmente en las empresas familiares al emprender un negocio estas no tienen previsto los problemas a que se van a enfrentar, sin tener en cuenta los aspectos administrativos, legales, fiscales principalmente, también es de considerar que las empresas familiares se desarrollan en dos importantes ámbitos siendo en las ciudades y en el sector primario como son el sector ganadero, agrícola, silvícola y pesca, siendo estos últimos los más afectados por la poca información de cómo establecer y controlar su actividad y sus operaciones.

Lo anterior nos permitirá analizar los riesgos desde el origen, como visualizar si las empresas cuentan con políticas, procedimientos y controles en la medida en primera instancia, para posteriormente analizar si estas están siendo supervisadas por personas capacitadas interna y posteriormente por expertos externos siendo estos los auditores.

Preguntas de investigación

Como parte del análisis de riesgo en las empresas familiares, es importante la existencia de manuales, aunque sean básicos, los cuales permitan tener en consideración los posibles riesgos a los que toda empresa familiar se enfrenta desde su creación, es por ello que se requieren que estas implemente políticas, procedimientos y controles internos en la medida que el tamaño y recursos lo permita. Lo anterior nos permitirá analizar los riesgos desde el origen, como visualizar si las empresas cuentan con los lineamientos necesarios en la medida de primera instancia, para posteriormente analizar si estas están siendo supervisadas

por personas internas capacitadas y posteriormente por expertos externos siendo estos los auditores.

La propuesta es implementar un manual de control interno con la intención de identificar con mayor profundidad el nivel de cumplimiento dentro de las empresas familiares y para evitar riesgos futuros.

- ¿Qué características debería de tener el manual de control interno como herramienta para evitar riesgos dentro de las empresas familiares?

Método

“El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p.5).

Los autores Hernández, et al., 2014 también mencionan que:

Los planteamientos cualitativos son una especie de plan de exploración <<entendimiento emergente>> y resultan apropiados cuando el investigador se interesa por el significado de las experiencias y valores humanos, el punto de vista interno e individual de las personas y el ambiente natural en que ocurre el fenómeno estudiado, así como cuando buscamos una perspectiva cercana de los participantes. (p.530)

Tomando en cuenta lo anterior y teniendo como base el tema “La auditoría como parte del análisis de riesgos en las empresas familiares”, la problemática y los objetivos planteados de la investigación a desarrollar, en el caso particular el alcance de esta investigación es un estudio con alcance descriptivo, transeccional y mixto diseñado con la finalidad de que los resultados permitan realizar un diagnóstico oportuno conocido como “análisis de riesgo”. Es de alcance descriptivo puesto que tratará de detallar procesos que respondan a las necesidades de las

empresas familiares para la prevención y la gestión de riesgos. Esto servirá para verificar si la organización cuenta con políticas, procedimientos y controles internos.

La hipótesis de la investigación de tipo descriptiva es la siguiente:

La creación de un manual de control interno, con el fin de analizar los riesgos desde el origen, como visualizar si las empresas familiares cuentan con políticas, procedimientos y controles en la medida en primera instancia, para posteriormente analizar si estas están siendo supervisadas por personas capacitadas interna y posteriormente por expertos externos siendo estos los auditores.

Es por eso que para tener un mayor conocimiento del tema se somete a un cuestionamiento a las empresas, con el objetivo de identificar con mayor profundidad el nivel de cumplimiento interno de las mismas.

Resultados

Dentro de la creación de un manual de control interno para el análisis de riesgos se involucra la observancia de las políticas, los procedimientos, manuales y controles. Estas deben ser políticas efectivas y eficientes, con sistemas y protocolos de supervisión y de control, así mismo es importante la existan de manuales aunque sea básicos, los cuales permitan considerar los riesgos a los que la empresa familiar se enfrenta desde el momento de su creación, es por ello que se debe de implementar políticas, procedimientos y controles tomando en cuenta el tamaño, características de sus operaciones y actividades de la organización, sin que estos sean una carga administrativa excesiva, debido a lo siguiente se debe de someter a la organización a un cuestionamiento con la intención de identificar con mayor profundidad el nivel de cumplimiento en las empresas familiares, y que en base a ello establecer manuales como herramientas para evitar riesgos.

Se requiere que las empresas familiares establezcan políticas, procedimientos y controles internos que permitan minimizar todos los riesgos posibles, de una manera sistémica, fácil de utilizar y que no ocasione elevados costos para las empresas familiares, en caso de tener lo anterior se podrá optar por adoptar los modelos sugeridos.

Para hallar una solución al problema es importante que se implementen mejores protocolos y procedimientos de control y gestión a los riesgos ya sea al momento de la constitución de una organización o durante la misma.

Es necesario fortalecer y monitorear cuidadosamente la progresividad ya que el análisis de riesgo conlleva a asegurar un óptimo cumplimiento, fortalecimiento y vigilancia en las operaciones de las empresas, no sólo en la normativa fiscal, sino también y especialmente dentro del cumplimiento de las políticas y controles existentes.

Conclusiones

Las empresas familiares representan una gran proporción de la economía nacional, se caracterizan por su peculiar estructura, la cual, si no se controla adecuadamente, puede generar conflictos de interés entre los miembros de la familia, malos manejos y casos de fraude, poniendo en peligro la sostenibilidad de la organización. Las empresas familiares deben infiltrar diversas estrategias de control y organización, una de las cuales es un diagnóstico que le permitirá comprender la situación actual, conocer sus fortalezas y debilidades en esta materia e implementar políticas, procedimientos y controles internos que permitan minimizar los riesgos, de una manera sistémica y fácil de utilizar permitiendo que las operaciones y su evidencia sea de forma puntual, constante, y que lleve un orden de acuerdo a lo que se desea.

Mediante la implementación de medidas para reducir los riesgos dentro de las organizaciones se podrá prevenir y evitar diversas conductas ilícitas que puedan perjudicar a las empresas familiares y sus operaciones.

Dada la complejidad de las modificaciones, es necesario realizar diversos cambios en la estructura de la empresa, evaluar los procedimientos, y las políticas, para que existan documentos que demuestren que la información financiera de la empresa familiar, así como las decisiones de los directivos de la misma están basadas en un sistema de control interno confiable.

Referencias

- Baila, M. (2012). La auditoría financiera, sus alcances, doctrina, normas internacionales. Slideshare.net.
https://es.slideshare.net/mbgprofesionales/ppt-auditoria-financiera?qid=c96a33bf-357e-48bd-9c04-276d84b822af&v=default&b=&from_search=1
- C.P.C. Huamán, T. (...). Control Interno y Auditoría: Evolución y Perspectivas. (Archivo PDF). <https://rogervara.files.wordpress.com/2020/10/control-interno-y-auditoria-evolucion-y-perspectiva.pdf>
- Carmen Karina Tapia Iturriaga. (2019). Fundamentos de auditoría. Aplicación práctica de las Normas Internacionales de Auditoría. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Constanza, F. La auditoría, origen y evolución. (Archivo PDF)
<https://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/4sin/B20.pdf>
- Ederlys Hernández Meléndrez, (2019). Riesgos en auditoría. Antilavado de dinero, Lideres en Prevención de Delincuencia Organizada.
<https://www.antilavadodenedinero.com/riesgos-en-auditoria/>
- Frederick Hicks. (1978). Los calpixque de Nezahualcóyotl. Estudios de cultura Náhuatl.
- Grady, P. (1977). Inventario de los Principios de Contabilidad. México, Offset Universal S.A
- La auditoría: concepto, clases y evolución. (Archivo PDF).
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448178971.pdf>
- Mario Rizo Rivas. (2018). El riesgo que acecha a las empresas familiares. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/el-riesgo-que-acecha-a-las-empresas-familiares/>
- Mejía Quijano, R. (2013). Identificación de riesgos. Universidad EAFIT.
- Rabinovich, N. (2014). Empresas familiares: claves de gestión para crecer. Universidad de Buenos Aires.
- Sandoval Morales, H. (2012). Introducción A La Auditoria. México: RED TERCER MILENIO.

Tapia Iturriaga, C. K., Mendoza Nigenda, S., Castillo Prieto, S., & Guevara Rojas, E. D. (2019). Fundamentos de auditoría. Aplicación práctica de las Normas Internacionales de Auditoría. México: IMCP.

Toscano, M. (2011). Análisis del mercado de servicios de auditoría en México. (Archivo PDF).
<http://www3.uacj.mx/DGDCDC/SP/Documents/RTI/RTI/2.%20An%C3%A1lisis%20mercado%20servicios%20auditor%C3%ADa.pdf>

La norma ISO 9000 y su implementación como sistema de gestión de la calidad en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Dr. Carlos de Jesús López Ramos¹; Dr. Sergio Ignacio Torres Solís²

Resumen

El objetivo del proyecto de investigación en proceso, es caracterizar la situación de las empresas para la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9000 en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Mientras que, al implementar un sistema de gestión de calidad como ISO 9000, se aumenta la productividad, se reducen los costes innecesarios y se asegura la calidad del producto y del proceso. El diseño metodológico es no empírico, transversal, descriptivo y causal, apoyado en análisis estadísticos para sustentar o refutar la hipótesis propuesta. Se espera que al final del estudio haya un diagnóstico sobre las empresas, en cuanto a dirección, liderazgo, compromiso de los empleados, procesos y sistemas de control.

Palabras clave: Calidad, Gestión, Modelos de gestión de calidad.

¹ Dr. en Estudios Organizacionales, Docente de tiempo completo, adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración C -1 de la Universidad Autónoma de Chiapas. cjlopez@unach.mx teléfono celular 9616541961

² Dr. en Estudios Organizacionales, 22 años como docente de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Chiapas, Coordinador de educación continua en la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia, Cel 9611772630 storres@unach.mx

Introducción

América Latina y el Caribe son las regiones del mundo más golpeadas por la pandemia. El impacto es más fuerte que en los países desarrollados y los desafíos de respuesta son más difíciles y complejos debido a diferentes exacerbaciones, entre otras cosas, porque no cuentan con los medios equivalentes a los países desarrollados para apoyar las actividades económicas; que los sistemas de salud y protección social, cuya capacidad fundamental determina su capacidad para resistir los choques económicos, también son mucho más débiles y que la pandemia ha impactado en un legado histórico de brechas económicas, educación y empleo, habilidades productivas y tecnológicas, así como entre empresas de alta y moderna productividad en contraste con las micro y pequeñas empresas de baja productividad donde domina la informalidad (Salazar-Xirinachs 2022).

En tal entorno, la difícil condición es que, para desarrollarse, o al menos mantenerse en el mercado, las empresas deben proporcionar bienes y servicios de alta calidad, entregarlos a tiempo, en la cantidad adecuada y a precio de mercado. Como argumentan Wilson et al (2021), la competitividad de la empresa requiere mejoras significativas en el desempeño en áreas críticas como la calidad del producto y/o servicio, el costo y el tiempo de entrega.

Según el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE INEGI 2022), existen 5,529,201 establecimientos en el territorio nacional. De estos, 264,386 están en Chiapas y 51,794 en el municipio de Tuxtla Gutiérrez. Estas empresas enfrentan desafíos todos los días para lograr sus objetivos. Para lograrlo, enfrentan el reto de cumplir con una serie de regulaciones que son esenciales para el acceso al mercado.

Lo anterior nos conduce a la pregunta de investigación: ¿Cuál es el estado que guardan de las empresas respecto a la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9000 en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas?

Para impulsar el proceso de análisis se plantea la siguiente hipótesis de trabajo: “Las principales dificultades para la implantación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9000 están relacionadas con la orientación, liderazgo, participación del personal, procesos de la empresa y sistemas de control.

Los sistemas de gestión de la calidad como la ISO 9000, aumentan la productividad, reducen los costes innecesarios y aseguran la calidad de los productos y procesos en grandes y pequeñas empresas. Y dado que el consumidor es lo más importante para una empresa, este sistema se centra en el cliente. Por tanto, el objetivo de este proyecto de investigación es: caracterizar la situación de las empresas para la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9000 en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

La estructura de este documento, se ordena partiendo del problema de investigación y el objetivo, señalando las bases teóricas de referencia y la propuesta metodológica para cerrar con los resultados esperados, las conclusiones y las referencias bibliográficas.

Referencias teóricas.

Para comenzar nuestro análisis, abordaremos el concepto de calidad, que se puede definir como el conjunto de características que tiene un producto o servicio, así como su capacidad para cumplir con los requisitos del cliente. Esto implica que el producto o servicio debe ajustarse a las funciones y especificaciones para las que está diseñado y deben ajustarse a lo establecido por el consumidor o cliente. En este sentido, Juran, *et al* (1995) señalan que la calidad es la concurrencia de propiedades del producto que satisfacen las necesidades del cliente y por lo tanto hacen que el producto sea aceptable. Por su parte, Marimón (2002), define la calidad como el grado en que un conjunto de características inherentes, adecuadas y duraderas de un producto, proceso o sistema satisface necesidades o expectativas que establece la organización, sus clientes y demás interesados.

Por otro lado, la norma ISO tiene un concepto de calidad más amplio y rico, basado en los fundamentos más actuales de los procesos administrativos. Por lo tanto, la norma ISO 9000 enfatiza la satisfacción de la necesidad o necesidades de un cliente, que a menudo se incluye en el concepto de mercado objetivo (Rabietas, 2002).

En resumen, el concepto de calidad para el análisis teórico metodológico es el que indica que la calidad, bien entendida y aplicada, es económica y rentable, aunque requiere tiempo, e inversión de esfuerzo de manera continua.

En cuanto a la gestión como tecnología administrativa, se convirtió en una disciplina en las décadas de 1920 y 1930 como una organización del conocimiento organizada para ayudar a las empresas que operaban por instinto, haciendo cambios en los valores y procesos de la organización (Corominas y Pascual, 1984).

Según Taylor (1994), la administración es el arte de saber lo que se quiere hacer y hacerlo correctamente. Este concepto instrumental es propio de la sociedad industrial, definida por la productividad y la tecnología, basada en principios que le permiten optimizar los recursos de manera práctica con un enfoque en la agilización del trabajo.

De igual forma, Fayol (1969), definen la administración como un proceso representado por cinco acciones o elementos administrativos: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar, asegurando la forma y operación adecuada de la organización: tales como división de trabajo, poder, disciplina, unidad de mando, unidad de dirección, sumisión de intereses específicos al bien común, remuneración, centralización, jerarquía, orden, justicia, estabilidad personal, iniciativa y unión personal.

Las ideas de Taylor y Fayol estuvieron vigentes hasta finales del primer cuarto del siglo XX, generando un proceso que racionalizó el campo administrativo en sus áreas teórica y práctica. Ambos enfoques se enfocan en mejorar la eficiencia de las organizaciones, sin embargo, Taylor promueve la organización funcional hacia la eficiencia industrial desde el nivel operativo para mejorar la producción, mientras que Fayol está en consonancia con el nivel de lógica táctica a través de la organización lineal, para mejorar las operaciones comerciales a través de funciones administrativas.

Por su parte, Follett (1924), propone un enfoque de gestión que se ocupa del aspecto humano de las organizaciones. Su orientación hacia el comportamiento, establece que la gestión obtiene resultados a través de las personas, definiendo

que el éxito o el fracaso de cualquier negocio, en general, depende del compromiso y la dedicación de los trabajadores.

De manera similar, McGregor (1960) propuso la teoría XY, que postula dos premisas contradictorias sobre las actitudes y el comportamiento en el trabajo que no solo gobiernan cómo piensan los gerentes, sino que también determinan el comportamiento suyo en la organización. Tanto Follett como McGregor aplicaron la orientación y motivación psicológica enfocada en analizar las relaciones sociales y el comportamiento de los individuos en las organizaciones, cerrando la brecha entre el enfoque técnico de Taylor y el enfoque moderno, reconociendo la importancia de comprender la dimensión psicológica en la organización.

El enfoque de la teoría de sistemas, propuesto por el biólogo Von Bertalanffi, establece la planificación y el control como funciones básicas y propone un nuevo y mejorado método de análisis organizacional, de la relación entre las partes para lograr el objetivo (Koontz et al, 2012).

Drucker (1981), define la gestión como un método de planificación y evaluación, basado en factores cuantitativos, en el que los gerentes y sus subordinados que seleccionan áreas prioritarias, priorizan los resultados de la organización, miden sus contribuciones y realizan un seguimiento sistemático.

La administración contemporánea sostiene que el liderazgo se ocupa de planificar, organizar, dirigir y controlar a las personas y otros talentos para lograr las metas de una entidad de manera eficiente y eficaz (Chiavenato, 2006).

Por otro lado, un modelo de gestión es una descripción simple que permite comprender, analizar y modificar una realidad existente, posibilitando que las prácticas ejecutivas y de gestión de cualquier organización alcancen sus metas y objetivos (Muños, 1999). Contar con un modelo de gestión permite la creación de un marco conceptual integral, proporciona metas y estándares claros y define la gestión rigurosa de las actividades. Mejora las actividades y permite la evaluación durante todo el proceso, por lo que es más fácil detectar si se han alcanzado los objetivos marcados y esto ayuda a establecer acciones de mejora (Barrios, 2011).

La negligencia en la formulación de estándares de calidad, puede resultar en el incumplimiento de los requisitos de cualquier producto o servicio para su

distribución y consumo de los clientes, incluso para la participación en el mercado (Santos y Álvarez, 2007).

Un modelo de gestión es un conjunto de arreglos que facilitan el desarrollo y logro de las metas organizacionales, el cual es fácil de imitar o copiar (Summers, 2006). Actualmente, varios modelos de gestión de la calidad se desarrollan y utilizan como base en muchas organizaciones para lograr sus objetivos. Los modelos más conocidos son: Modelo PHVA o Ciclo Shewhart, Modelo Malcolm Baldrige, EFQM e Iberoamericano:

- El ciclo de Shewhart se considera la primera representación gráfica del proceso de "*mejora continua*", a menudo se lo conoce como el ciclo "Planear, hacer, verificar y actuar (PHVA) y aunque originalmente fue descrito por Walter Shewhart en 1939, se popularizó hasta la década de 1950 por el profesor William Edwards Deming (Pérez y Munera, 2007). Es un ciclo dinámico que puede desarrollarse dentro de cada proceso organizacional ya su vez en toda la red de procesos.
- El modelo de Malcolm Baldrige es un modelo de evaluación de la excelencia en la gestión empresarial, con criterios de profundidad, y también concede gran importancia a la orientación y satisfacción del cliente. En Estados Unidos se ha convertido en un estándar como referencia para implementar un enfoque de trabajo de "*calidad total*" en las empresas. Este modelo también se utiliza para controlar la gestión de la empresa. Se denomina Modelo Americano de Calidad Total o Modelo Americano (Heredia, 2001). Sus criterios se basan en conceptos y valores fundamentales como: liderazgo visión, excelencia orientada al consumidor, aprendizaje organizacional e individual, apreciación personal. miembros y socios, agilidad, orientación al futuro, gestión de la innovación, gestión de prácticas, responsabilidad social, enfoque a resultados, creación de valor y perspectiva de sistemas (Ferrando y Granero, 2005).
- El modelo EFQM (Fundación Europea para la Gestión de la Calidad), tiene como misión ser una fuerza que promueva la excelencia en las organizaciones europeas de forma sostenible (Brull, 2010). Es un modelo de

evaluación que trata la excelencia como una filosofía de gestión que apunta al éxito a largo plazo de una entidad a través de la satisfacción equilibrada y continua de las necesidades y expectativas de todos los clientes y grupos de interés, sirve como autoevaluación de la consecución de los objetivos de la entidad en un momento dado, en el que se estructura la organización en función de los aspectos o criterios a valorar y comparando la situación real con la teóricamente excelente situación (Carande, 2005).

- En 1999 se establece el Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión (Puig-Duran, 2006) como mecanismo para mejorar la competitividad de las empresas. En la versión 2005 de los lineamientos publicados por FUNDIBEQ, los criterios incorporan nuevos conceptos tales como: Aprendizaje Organizacional, Resiliencia, Desarrollo de Redes, Gestión Ambiental, Gestión de Prácticas, Gestión del Cambio y Gestión de Riesgos. Su misión se basa en que se logran excelentes resultados no solo con liderazgo, sino también con el estilo y los procesos de gestión adecuados.

A partir de la Norma Internacional ISO 9000, publicada en 2015, como fundamentos y vocabulario de los Sistemas de Gestión de la Calidad (SGC), se utilizan los siguientes enfoques:

Las organizaciones comparten muchas características con los humanos como criaturas sociales que viven y aprenden. Ambos son adaptativos e incluyen sistemas, procesos e interacciones. Para adaptarse a su paisaje cambiante, las personas deben ser capaces de cambiar. Las organizaciones están constantemente innovando para lograr mejoras significativas. Este modelo reconoce que no todos los sistemas, procesos y actividades pueden ser predefinidos, por lo que debe ser flexible y adaptable a la complejidad del contexto de la organización.

Las entidades buscan comprender los contextos internos y externos para identificar las necesidades y expectativas de las partes interesadas. Esta información se utiliza en el desarrollo del Sistema de Gestión de la Calidad para garantizar la sostenibilidad de la organización. La salida de un proceso puede ser la entrada de otro proceso y están interconectados en una red común. Aunque a

menudo parece incluir procesos similares, cada organización y su sistema de gestión de la calidad son únicos.

La organización tiene procesos que se pueden definir, medir y mejorar. Estos procesos interactúan para brindar resultados que se alinean con los objetivos organizacionales y los límites funcionales. Un SGC es un sistema dinámico que evoluciona con el tiempo a través de etapas de mejora. Toda organización tiene actividades de gestión de la calidad, planificadas formalmente o no. Esta Norma Internacional proporciona directrices sobre cómo desarrollar un sistema formal para gestionar estas actividades. Deben identificarse las actividades existentes en la organización y su relevancia para el contexto de la organización.

El sistema de gestión de la calidad proporciona un marco para planificar, implementar, monitorear y mejorar el desempeño de las actividades de gestión de la calidad. El sistema no tiene que ser complicado; más bien, debe reflejar con precisión las necesidades de la organización. A medida que se desarrolla, los conceptos y principios subyacentes pueden proporcionar una guía valiosa. La planificación del SGC no es un evento aislado, sino un proceso continuo. Debe evolucionar a medida que la organización aprende y las circunstancias cambian. Un plan que tiene en cuenta todas las actividades de calidad de la organización y asegura que incluye todas las indicaciones de la norma.

Es importante que la organización monitoree y evalúe regularmente la implementación del plan. Los indicadores revisados facilitan las actividades de seguimiento y evaluación. La auditoría es un medio para evaluar la eficacia del sistema de gestión de la calidad, identificar riesgos y determinar el cumplimiento de los requisitos. Para que las auditorías sean efectivas, se deben recopilar evidencias tanto tangibles como intangibles. Se toman acciones correctivas y de mejora con base en el análisis de las evidencias recolectadas. El conocimiento adquirido puede conducir a la innovación, llevando el rendimiento al siguiente nivel.

Problema

La pandemia del COVID-19 ha impactado negativamente en las empresas que, para crecer, o al menos mantenerse en el mercado, deben brindar bienes y servicios de alta calidad, entrega a tiempo, en cantidades requeridas y con precios competitivos. Sin embargo, 51,794 que operan en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez enfrentan desafíos diarios sin saber qué hacer. De allí surge la pregunta de investigación: ¿Cuál es el estado que guardan de las empresas respecto a la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9000 en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas? Pues este sistema aumenta la productividad, reduce costos innecesarios y asegura la calidad del producto y del proceso. Por tanto, el objetivo de este trabajo es: caracterizar la situación de las empresas para la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9000 en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Método

El diseño metodológico según Hernández et al (2014), es no empírico, transversal, descriptivo y causal. Es un diseño que incluye análisis estadístico que se utilizará para apoyar o refutar la hipótesis propuesta.

En primer lugar y con base en los datos obtenidos durante la encuesta, se describirán los valores obtenidos para cada variable. Este análisis se presentará en forma de tablas de frecuencia y gráficos estadísticos.

A partir de los resultados obtenidos, se analizarán las variables según su grado de asociación mediante el Análisis de Correlación de Pearson para obtener el Coeficiente R.

En cuanto a la identificación de la muestra, se considera un universo, que según el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE INEGI 2021), tiene 51,794 establecimientos en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

Fórmula para población finita:

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

Dónde:

N = población total

$Z\alpha = 1,96$ al cuadrado (si la confianza es del 95%)

p = ponderación esperada (en este caso 5% = 0,05)

$q = 1 - p$ (para el caso $1 - 0.05 = 0.95$)

d = precisión (5%).

$n = 381$

Por tanto, la muestra a trabajar será de 381 establecimientos

Según Cea (1998), la encuesta es una estrategia de investigación que brinda la posibilidad de abarcar muchos tipos de preguntas en un mismo estudio y grandes volúmenes de información. El cuestionario se enmarcó en características tipo Likert con las siguientes categorías:

- a. Orientado al cliente.
- b. Liderazgo.
- c. Participación del personal.
- d. Enfoque basado en procesos y
- e. Sistema de control.

Cada uno de los ítems, tendrá un tratamiento con Alfa de Cronbach para establecer el coeficiente de consistencia interna.

En cuanto a los criterios de inclusión, se espera definir aspectos como ubicación geográfica, tamaño, actividades clave, desarrollos tecnológicos y prácticas de calidad previas.

Para el análisis se plantea la siguiente hipótesis de funcionamiento: “Las principales dificultades para la implementación de un sistema de gestión de la

calidad conforme a la norma ISO 9000 están relacionadas con la orientación de la empresa, la gestión, el involucramiento del personal, los procesos y los sistemas de control.

Resultados previstos

Se espera que al final de la investigación, un diagnóstico indique el estado de las empresas, orientando la viabilidad de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9000, caracterizando los siguientes elementos:

- a. Orientación al cliente: los miembros de la empresa trabajan para satisfacer a sus clientes.
- b. Liderazgo: Los líderes trabajan para lograr la misión, visión y estrategia.
- c. Involucramiento de los empleados: los empleados están motivados, y comprometidos.
- d. En el enfoque basado en procesos: las actividades y los recursos se gestionan sobre la base de un proceso.
- e. Sistemas de control técnico: la empresa define y articula procedimientos generales con procedimientos específicos.

Conclusiones.

La revisión teórica permite concluir que: la calidad bien entendida y aplicada, es económica y rentable, aunque requiere tiempo, e inversión de esfuerzo de manera continua; que la gestión como tecnología administrativa, es una disciplina que organiza el conocimiento para ayudar a las empresas a operar, haciendo cambios en los valores y procesos de la organización; que la teoría de sistemas, establece la planificación y el control como funciones básicas y propone un nuevo y mejorado método de análisis organizacional para lograr el objetivo; que un modelo de gestión es una descripción simple que permite comprender, analizar y modificar una realidad existente, posibilitando que las prácticas ejecutivas y de gestión de

cualquier organización alcancen sus metas y objetivos; que un modelo de gestión es un conjunto de arreglos que facilitan el desarrollo y logro de las metas organizacionales, el cual es fácil de imitar o copiar; que contar con un modelo de gestión es útil porque proporciona un marco conceptual integral, permite definir metas y estándares claros, mejora de las actividades y su evaluación en el tiempo; por último, la Norma Internacional ISO 9000, señala que, toda organización tiene actividades de gestión de la calidad, planificadas formalmente o no. La ISO 9000, proporciona directrices sobre cómo desarrollar un sistema de gestión de la calidad y contar con un marco para planificar, implementar, monitorear y mejorar el desempeño de las actividades de gestión de la calidad en la empresa.

Referencias

- Barrios, M. (2011). Modelo de gestión en el sector salud basado en la calidad de servicios. *Revista Ingeniería UC*, 18 (1), 80-87.
- Berlinches Cerezo, A. (2002). *Calidad*. 6ta ed. Madrid: Thompson – Paraninfo.
- Brull, E. (2010). El Modelo EFQM de Excelencia. Website:
<http://www.brullalabart.com/57>
- Carande, R. (2005). Introducción al Modelo EFQM de Excelencia. Website:
http://www.sinergy.es/documentos/051223_DT_Introduccion_al_Modelo_EFQM.pdf
- Cea D'Ancona, María A. (1998). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid, Editorial Síntesis.
- Chiavenato I. (2006) *Introducción a la Teoría general de la Administración*
McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V
- Corominas, J. y Pascual J. A. (1984). *Diccionario crítico etimológico*. Madrid: Gredos.
- DENUE INEGI (2022) Lista actualizada MiPyMEs, PyMES y Empresas registradas, Chiapas. Website: <https://pymes.org.mx/entidad/Chiapas.html>
- DENUE INEGI (2022) Lista actualizada de MiPyMEs, PyMES y Empresas registradas, Tuxtla Gutiérrez. Website:
<https://pymes.org.mx/municipio/tuxtla-gutierrez-1b2d.html>
- Juran J., Bingham

- R. y Gryna F. (2005) Manual de Control de la Calidad. 2da ed. Bogotá: Reverté. 1534 p. ISBN: 84-2912-652-9
- Drucker, P. (1981). *La gerencia: tareas, responsabilidades y prácticas*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Fayol, H. (1969). *Administración industrial y general. Principios de la administración científica*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Ferrando, M. y Granero, J. (2005). *Calidad Total: modelo EFQM de Excelencia*. España: Fundación Confemetal Editorial.
- Follett, M. (1924). *Creative experience*. Londres: Longmans.
- Heredia, J. (2001). *Sistema de indicadores para la mejora y el control integrado de la calidad de los procesos*. Castello de la plana: Athenea.
- Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. y Baptista Lucio M. (2014). Metodología de la investigación. McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V
- Jones, G. y George, J. (2014). *Administración contemporánea*. Monterrey: Mc Graw Hill.
- Koontz H, Weihrich H. y Cannice M. (2012) Administración McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.
- Marimón Viadu, Frederic. (2002) La consultoría especializada en Cataluña: Calidad del servicio y beneficios. Tesis Doctoral. Girona, España: Universitat de Girona. Website: www.tesisenxarxa.net/TESIS_UdG/AVAILABLE/TDX-0414104-110224.
- McGregor, D. (1960). *The human side of enterprise*. Nueva York: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V
- Muñoz, A. (1999). *La Gestión de la Calidad Total en la Administración Pública*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Norma Internacional ISO 9000 (2015) Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario Cuarta edición. Website: <https://saf.uas.edu.mx/pdf/Certificacion/NORMA%20ISO%209000%202015.pdf>

- Pérez, P. & Múnera F. (2007). Reflexiones para implementar un sistema de gestión de la calidad (ISO 9001:2000) en cooperativas y empresas de economía solidarias. *Universidad Cooperativa de Colombia*. 50 – 51.
- Porter, M. (2002). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Buenos Aires: Grupo Patria Cultural.
- Puig-Duran, J. (2006). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Madrid: Díaz de Santos.
- Salazar-Xirinachs, José Manuel (2022) Estrategias y políticas para la reconstrucción con transformación pospandemia en América Latina y el Caribe. Documentos de Proyectos (LC/TS.2022/22), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. Website: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47825/1/S2101022_es.pdf
- Santos, M. y Álvarez, L. (2007). Gestión de la calidad total de acuerdos con el modelo EFQM: Evidencias sobre sus efectivos en el rendimiento empresarial. *Universia Business Review*, 13; 76-89.
- Summers, D. (2006). *Administración de la Calidad*. México: Pearson Educación. Universidad de Salamanca. (2008). Modelos de Gestión. Website: <http://212.128.130.23/eduCommons/ciencias-sociales-1/investigacion-evaluativa-en-educacion/contenidos/EFQM.pdf>
- Taylor, F. (1994). *Principios de la administración científica*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Wilson S., Maizza-Neto O., Boggs Davidsen E., Jadoul P., y Shepherd D. (2001) Facilitando la competitividad empresarial en Latinoamérica y el Caribe mediante las normas ISO del sistema de gestión”. Washington, D.C.: BID – FOMIN. p: 5-23

Diseño de un modelo asociativo de formación para los micronegocios de la zona El Rodeo

C. John Henry Méndez Beltrán¹; C. Maribel Díaz Ortiz²

Resumen

En el mes de diciembre del año 2019 en el país de China en la ciudad de Wuhan, Provincia de Hubei, en donde según la comisión de la organización mundial de la salud, fue en donde se generó la propagación mundial del COVID-19, lo que trajo diferentes consecuencias en relación con temas económicos, sociales y ambientales, principalmente en Latinoamérica por su incapacidad de atender con eficacia una pandemia. Es por esto que la presente investigación se centra en el diseño de un modelo de formación para los Micronegocios establecidos en la zona El Rodeo del municipio de Cúcuta, buscando la transformación social en esta zona, además de mitigar el impacto que trajo las medidas tomadas por el gobierno, a causa de altos índices de contagio que se ocasionaron al iniciar la pandemia. Los resultados arrojados permitieron formular un modelo de formación para los Micronegocios de la zona Del Rodeo enfocado en la cooperativa, permitiendo que las personas asociadas puedan participar y vincularse de forma activa, demostrando así que tener iniciativa, responsabilidad, compromiso y trabajar junto con otros propietarios en busca de un bien colectivo para la comunidad, es algo que va a enriquecer a cada uno de sus proyectos personales, ampliando así la posibilidad de mejorar su calidad y estilo de vida.

Palabras claves: Cooperativa, Economía, Micronegocios, Pandemia, Rodeo, Solidaria.

¹ John Henry Méndez Beltrán, estudiante de Administración De Empresas 10 semestre en la Corporación Universitaria Minuto De Dios, labora en la empresa GRANPAPEL S.A.S. distribuidora de papeles autoadhesivos en la cual lleva 10 años de labor administrativa en la ciudad de Cúcuta.

² Maribel Díaz Ortiz, estudiante de Administración De Empresas 10 semestre en la Corporación Universitaria Minuto De Dios. Se caracterizo por ser una persona responsable, organizada y compañerista.

Introducción

Para el año 2001 el DANE le apuesta por aplicar encuestas para Micro establecimientos y así llevar a cabo mediciones correspondientes para las empresas en las cuales laboren hasta 9 empleados y que se mantengan en constante función. En otro estudio relacionado fue la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) 2013 en donde el DANE logro finalizar un módulo que llegara a tipificar y precisar propietarios de empresas pequeñas, con esto logra centrarse en las ventas, ingresos y propiedades de los dueños, sociedades a las que habían pertenecido, personas contratadas y como está conformada la compañía. Esta información fue realizada en 24 ciudades del país, introduciendo las zonas metropolitanas, transformándose en una investigación probabilística, llevando a cabo un modelo el cual se presentó por estratos contando con 55.533 entrevistas.

La información del DANE (2015) dice que el modelo estuvo conformado por 77.726 pequeñas empresas. Los estudios realizados a pequeñas empresas del año 2019, ayudaron a reforzar el contenido sobre cómo se conforman hoy en día los micronegocios en el país y se analiza la información convirtiéndola en un modelo para la investigación de las pequeñas empresas en Colombia, destacando la importancia de este tipo de organizaciones que ayudan a mejorar la economía del país.

En Colombia la conformación de pequeños y medianos negocios conocidas como MiPymes, han logrado alcanzar una fuerza económica que genera ingresos en diferentes ciudades del país, y según Acopi (2021) este modelo de negocios contribuye alrededor del 40% del PIB nacional, de igual manera informa que el 73,1% son pequeñas empresas, las que según el DANE se forman por máximo 9 personas, no obstante, Confecámaras(2018) determina que solo el 34% subsisten a los cinco primeros años desde su conformación.

Añadiendo la fuerza que tienen los Micronegocios en la economía de Colombia, se pudo comprobar según el estudio del DANE(2020) el departamento de Norte De Santander presenta una tasa de participación del 60,9% para el 2011, mientras que en 2020 un 53,5%, así mismo reflejo una tasa de desempleo en 2011 con un 12,2% y en 2020 un 21,0% en lo cual se puede señalar que existe la necesidad constante en el departamento la cual puede ser solucionada por medio de una propuesta de intervención económica y social.

Referentes teóricos

Según Alcalá Vásquez , nos habla de los tipos de modelos asociativos como una organización industrial que soportan las empresas y donde pueden encontrar beneficios para una integración, ayuda y cooperación además de competencia con las demás empresas dedicadas a la misma actividad económica y donde sus procesos están relacionados en su misma línea.(akoorie,2011).todos estos modelos buscan principalmente utilizar la sinergia que se transmite por medio de las relaciones de los integrantes del mercado. Según Dini, Ferraro y Gasaly (2007) los llaman también “proyectos de integración productiva (PIP)” donde su intención es la de avanzar en la competitividad de todas las pequeñas empresas por medio del fomento de la asociatividad y la incorporación productiva.

De acuerdo con la encuesta realizada por estudiantes de especialización de la universidad libre de Cúcuta, acerca de percepción del tejido empresarial en la ciudad nos afirman que un 60% de los empresarios manifiestan haber tenido pérdidas por más del 80% en cuanto a las ventas en el año, a lo que también se le suman las bajas ventas entre el 50% al 80% con el 23% y la reducción de ventas del 30% y 50% con percepción del 12% y con el 5% menor al 30%, todo esto debido a la llegada de la pandemia en nuestra ciudad ocasionando en muchos sectores el cierre de muchos micronegocios que venían creciendo en el comercio y debido al problema sanitario presentado dejaron de existir.

Según Duarte, J. R. (2017). Nos relaciona el termino asociatividad de una manera en donde la cooperación involucra a varios actores de diversa naturaleza en cuanto a procesos de carácter colectivo donde parten del conocimiento de que unidos se logran las metas, la naturaleza social y cultural, permite acceder y afianzar fuerzas dispersas en entes hacia el logro de un fin común. para lo anterior no se hace referencia a que las empresas unen sus esfuerzos e implementen nuevas formas asociativas para el desarrollo de más de misiones compartidos en donde puedan ser más competitivos y sólidos, donde cabe resaltar que estas

empresas están unidas por objetivos estrategias comunes, donde no se vea afectado su razón social.

Para el DANE en la encuesta de micronegocios se identifican do tipos de unidades económicas dirigidas de la situación del empleo en los propietarios: los micronegocios de Patronos o empleadores y los micronegocios de personas trabajadoras por cuenta propia. Arrojando como resultados para trabajadores por cuenta propia un 94,3% pobre, un 91,1% vulnerable,85,1% media y un 73,1 % alta, en cambio para patrón o empleador se manejan índices más bajos arrojando un 5,7% para pobre,8,9% en vulnerable,14,9 para media y un 26,9 alta demostrando que los micronegocios son los más altos en el país debido a la falta de empleo surgen muchos emprendimientos los cuales son establecidos en algún lugar de su casa.

Problema

¿Qué características deben tener los modelos asociativos para ser efectivos en la formalización de los micronegocios?

La emergencia del COVID 19 trajo una visión negativa para los Micronegocios en Colombia, provocando cierres parciales y totales para algunos de estos con el fin de disminuir la propagación de este. Ya que se vieron afectadas de manera directa las ventas, lo que ocasiono perdidas e iliquidez, debido a esto se ocasionaron cierres parciales o totales de sus establecimientos. Antes de la pandemia en la ciudad de Cúcuta eran reconocidos los Micronegocios tanto formales como informales, sin embargo, la pandemia agravó la situación para muchas personas que dependen del día a día. De acuerdo con lo mencionado anteriormente, para algunas familias fue más difícil esta situación debido a que no alcanzaban a cubrir sus necesidades básicas y familiares. Estos datos se pueden ver reflejados en el periódico La Opinión ya que, para el 31 de agosto de 2020, la ciudad de Cúcuta se encontraba ubicada en el cuarto puesto con mayor desempleo en Colombia con un 31,7% de la población desempleada y la primera en informalidad con un 67,7% lo que deja ver la situación de la ciudad. Es por esto que

la presente investigación se orientó proponer un modelo de formación que aporte a la solución de los diferentes problemas que deben afrontar los micronegocios y sus propietarios

Método

Este proyecto se basó en una investigación Descriptiva. De esto cabe destacar según Santieri (2018) esto se aplica “cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”, conforme a esto se estableció que la zona El Rodeo registra una comunidad extensa en donde muchas familias poseen un Micronegocio en su hogar, esto permite enfatizar y concientizar acerca de la importancia de permanecer y hacer parte del proyecto económico de tipo solidario, el cual determina un aporte en desarrollo de la comunidad. En concordancia de lo anterior puede establecerse que el enfoque que mejor se ajusta a la investigación es el cuantitativo. Hernández, Fernández & Baptista (2010) manifiestan “Que el método cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, además señalan que este enfoque es secuencial y probatorio.” Seguidamente se pudo estudiar, medir y fijar las variables de este estudio por medio de datos numéricos basado en las respuestas que nos entregan los propietarios de los Micronegocios de la zona El Rodeo alusivo a aspectos financieros y socioeconómicos. Cabe resaltar que la cantidad de micronegocios encuestados fueron 196 en total, dato que se obtuvo con la aplicación de la fórmula de cálculo de la muestra para poblaciones infinitas.

Resultados

En relación al primer objetivo específico se planteó diseñar un modelo asociativo de formación para los micronegocios de la zona del Rodeo al realizarse la culminación de las etapas de la investigación, deja a la luz las problemáticas y situaciones con las que se tienen que lidiar los propietarios de los Micronegocios de

la zona, señalando aspectos como los religiosos, sociales, económicos y educativos necesarios para avance de los negocios de esta comuna.

Nuestro primer objetivo específico fue elaborar un diagnóstico para identificar el tipo de micronegocios de la zona el Rodeo, la recolección de esta información se realizó por medio de encuestas, donde permitió observar en primera instancia que en la mayoría de los micronegocios tienen un mayor porcentaje de participación las mujeres y de igual manera son representados por ellas.

En nuestro segundo objetivo se planteó caracterizar los micronegocios de la zona el cual se realizó por medio de los estratos económicos pertenecientes al nivel 1 y 2, de esta forma se pudieron categorizar todos los micronegocios de la zona y se pudo obtener la información de cuantos negocios pertenecían a cada estrato socio económico.

Para nuestro tercer objetivo el cual fue validar el modelo asociativo diseñado para los micronegocios de la zona El Rodeo nos enfrentamos a una recesión por causa de la COVID -19, por el cual en definitiva se muestra su alto grado de interés en pertenecer y participar de proyectos que puedan fortalecerlos y capacitarlos en sus emprendimientos, el cual permite impactar en la transformación social que en donde le estamos apuntando con nuestro modelo asociativo, con esto una vez diagnosticada la situación actual de esos establecimientos y una vez caracterizados, se definió un modelo de formación enfocado en las cooperativas multiactivas en donde todos los propietarios puedan participar con sus modelos de negocios y de la misma forma poder con el tiempo generar mejores ingresos y crecer en sus micronegocios..

Conclusiones

Cumpliendo con los objetivos trazados para los pequeños negocios de la zona El Rodeo, se puede concluir que:

La recolección de información por medio de varias fuentes confiables, permitió determinar que la ciudad de Cúcuta mediante el primer trimestre del 2020 disminuyó su posición frente a la participación dentro del mercado laboral, teniendo en cuenta que los estudios del DANE (2020) se reportó una tasa de desempleo de 29,2%.

Al llevar a cabo cada parte del proyecto de investigación en el Rodeo, se comprobó que es un sector que cumple con todas las expectativas para llevar a cabo el modelo de formación enfocado en las cooperativas multiactivas, gracias a que ahí diferentes actividades económicas que se han desarrollado por las madres cabeza de hogar, por padres que no tuvieron la oportunidad de tener un empleo estable, siendo este el pilar fundamental que llevo a seleccionar a esta comunidad como fundadores del modelo de economía solidaria.

Cuando se tiene compromiso, iniciativa y responsabilidad se puede trabajar junto con otros propietarios en busca de un bien colaborativo para la comunidad, es algo que generara valiosos aportes a cada uno de sus proyectos planeados, generando la oportunidad de mejorar el estilo de vida que lleva cada una de estas personas, seguir creciendo como familia y seguir progresando en sus Micronegocios.

Referencias

- Alcalá Vásquez, J. (2019). Los Modelos Asociativos en el Incremento de la Competitividad de las Empresas de Desarrollo de Software en Colombia. (2021). Impacto del Covid 19 en el tejido empresarial en la ciudad de Cúcuta. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/10901/19183>.
- Duarte, J. R. (2017). Evolución de los modelos de asociatividad empresarial y de economía colaborativa en Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/16086>.
- DANE. (2019). Encuestas de Micronegocios de 2019-2021. Bogotá.

Egresados de Sistemas Computacionales: características, percepciones y opiniones sobre su formación profesional

Dr. Juan Carlos Román Fuentes¹; Dra. Rebeca Román Julián²; Rafael Timoteo Franco Gurría³; Dra. Dora del Carmen Aguilar Domínguez⁴

Resumen

A partir de los datos que genera el Programa Institucional de Seguimiento de Egresados de la UNACH, esta contribución recoge las opiniones de quienes han egresado de la Licenciatura en Sistemas Computacionales durante las cohortes que corresponden al periodo 2017-2020; se realiza con el propósito de identificar áreas de oportunidad e indicadores que puedan emplearse dentro de los procesos de rediseño y actualización curricular, para ello la colecta de datos se hizo a través de una encuesta en línea utilizando el instrumento propuesto institucionalmente mismo que consta de 26 preguntas agrupadas en seis dimensiones; los principales resultados sugieren modificar el plan curricular respecto a los contenidos; proponen ampliar los que promueven el emprendimiento, el autoempleo; la implementación de conocimientos teóricos y prácticos en situaciones reales a través de la práctica profesional; mientras que destacan mantener conocimientos que promuevan el razonamiento matemático y los contenidos actitudinales, valores y humanísticos, asimismo de acuerdo con la experiencia laboral actual y las actividades que desarrollan, los aspectos en que enfrentan un mayor grado de exigencia son el trabajo en equipo y las habilidades para el manejo de paquetes computacionales y sugieren ampliar la competencia para comunicarse en un segundo idioma.

Palabras clave: egresados, mercado laboral, pertinencia, licenciatura

¹Dr. en Administración, adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, email: juancrf@unach.mx.

²Dra. en Educación, adscrita a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, email: rroman@unach.mx.

³Dr. en Educación, adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, email: rfrank3@gmail.com.mx.

⁴Dra. en Desarrollo Regional, adscrita a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, email: dora.aguilar@unach.mx.

Introducción

Referirse a las características que presentan los egresados de las instituciones de educación superior y conocer las opiniones y percepciones construidas por ellos durante su proceso de formación profesional, involucra al concepto de pertinencia; tópico que cuando menos involucra dos apreciaciones dominantes; por un lado quienes señalan que la pertinencia de la función de las universidades está en relación directa con las respuestas que se dan a las necesidades de producción y mano de obra que la sociedad plantea (Gibbons, 1998) y por otro, quienes señalan que sin dejar de reconocer la necesidad de atender las demandas de la economía y el sector laboral, no se debe perder de vista la importancia de formar integralmente a personas, con sentido crítico y capaces de generar cambios favorables en el entorno (Malagón, 2003, 2007).

En este contexto, los estudios de egresados, definidos de acuerdo con la Secretaría de Educación Pública (SEP, 2010), como aquellas acciones orientadas a identificar las competencias necesarias, desde la experiencia de los profesionales, para desenvolverse en la sociedad, en el trabajo y en su formación continua; cuyos resultados deben insertarse en las estrategias de actualización o rediseño de planes y programas de estudio, para cumplir con la formación integral de los estudiantes mediante programas educativos de calidad, adquieren relevancia como generadores de información que aportan insumos a considerar cuando se emprenden procesos de diseño curricular de planes y programas de estudio pertinentes.

Al respecto, el modelo educativo de la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH, 2020, p.50) afirma que: “el estudio de egresados se realiza un año después del egreso y el estudio de seguimiento de egresados de tres a cinco años posterior al egreso, con el fin de comparar los datos obtenidos en las dos etapas de la trayectoria laboral de los egresados”, consideración que no necesariamente coincide con lo que expresan Valenti y Varela (2004) citados por Román, et. al (2016); pues a decir de estos autores, un estudio de egresados presenta ciertas limitantes ya que se refieren al desarrollo de investigaciones que se efectúan

ocasionalmente (aunque a veces pueden repetirse) en cierto momento de ocurrido el egreso y no necesariamente se les realiza un seguimiento longitudinal a la misma cohorte; en contraparte, un seguimiento de egresados colecta información en al menos dos momentos subsecuentes al egreso y normalmente se establecen dos grupos o paneles de estudio, que permiten obtener mayor precisión sobre las afirmaciones de los egresados y trascender posibles coyunturas que eventualmente pudieran distorsionar la información.

Considerando lo anterior, en esta aportación se describe una caracterización elemental de quienes egresan de la Licenciatura en Sistemas Computacionales de la Facultad de Contaduría y Administración, C-I (FCA) de la UNACH, enriquecida con las opiniones y percepciones construidas a lo largo de la formación profesional y de las primeras experiencias de incursionar en el mercado laboral.

Para lograr lo anterior, en seguida a esta introducción, se ofrece una breve descripción de los principales referentes teóricos relacionados con la importancia de los estudios de egresados y la contribución de éstos en los procesos de diseño y actualización curricular, asimismo se plantea la pregunta central que da sentido al problema que se aborda como tema central de discusión.

Los pasos realizados para el proceso de investigación así como los instrumentos empleados para la recolección de la información se abordan en la sección correspondiente al método, lo que permite arribar a los principales resultados generados que muestran las características del proceso de formación profesional, partiendo de la situación de titulación que presentan los participantes de la muestra, fuentes de financiamiento para los estudios, aportaciones del servicio social, formación recibida, experiencias del mercado laboral y sugerencias de modificaciones a los planes de estudio.

Al final, se exponen las principales conclusiones del trabajo desarrollado y se enumeran posibles líneas de investigación futuras, derivadas de este acercamiento preliminar.

Referentes teóricos

De acuerdo con la Red Interagencial para la Educación en Situaciones de Emergencia (INEE, por sus siglas en inglés, 2010), la educación pertinente se concibe como parte de la calidad en la educación e involucra el qué y el cómo se aprende, así como la eficacia de este aprendizaje; en ese sentido, la UNESCO (1998) señaló que la pertinencia involucra, entre otras cosas, que las universidades se relacionen con el mundo laboral, con las empresas y con el sector productivo, estableciendo mecanismos que promuevan la cooperación y generen beneficios mutuos.

A partir de esas consideraciones, cuando se trata de evaluar la pertinencia educativa, se acude a las opiniones de quienes egresan de las instituciones de educación superior, como una forma de retroalimentar los procesos formativos y de acuerdo con Lopera (2005) acudir a los profesionistas recién egresados es una forma de revisar el cumplimiento de la misión que se ha declarado formalmente; partiendo de la consideración de que siempre será necesario repensar la formación profesional de las generaciones venideras, contemplando mayor flexibilidad (Cordera y Lomelí, 2006), ante los drásticos cambios que ocurren en el entorno en el que se desempeñan los recién egresados.

En este sentido, la ANUIES (2003) afirmó que realizar un seguimiento a los egresados de la educación superior permite a las instituciones educativas identificar las actividades profesionales que realizan sus egresados, el nivel de ingresos que perciben, la ubicación dentro del mercado de trabajo y en su caso, la formación académica emprendida en etapas posteriores al egreso.

Fresán (2003) complementa la afirmación anterior, pues señala que no basta contar con una referencia sobre los procesos de inserción laboral de los nuevos profesionales, sino que estos estudios representan la posibilidad de aportar elementos para diagnosticar la realidad en la que se desenvuelven tanto las universidades como quienes egresan de ella, lo que eventualmente debe permitir reflexionar sobre los propósitos planteados por éstas.

Por su parte, Briseño et. al. (2014) establecen que este tipo de estudios resultan importantes en tanto que dentro de los propósitos que persiguen, figura el de la retroalimentación curricular.

Es importante destacar que por la importancia que reviste el seguimiento de egresados dentro de los procesos de evaluación institucional, debe cuidarse en no limitar la estrategia a una sola encuesta, de ahí que de acuerdo con Sierra y Velázquez (2022) lo adecuado sería incluir diversos instrumentos que permitan recoger información más consistente que resulte adecuada al proceso.

Asimismo, con base en Palloroso y García (2019), un seguimiento de egresados, debe corresponder a un esfuerzo institucional debidamente estructurado, que se desarrolle en forma sistemática y continuada y que a la vez se actualice para cumplir con su propósito de retroalimentación del proceso de formación profesional de quienes egresan de las universidades.

Por otro lado, si se afirma que los estudios de egresados permiten identificar los procesos de inserción laboral de los jóvenes profesionales resulta importante conocer las tendencias del empleo profesional en México y de acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (2021), realizada por el Observatorio Laboral del Servicio Nacional de Empleo del gobierno de México al tercer trimestre de 2021, ubica a quienes egresan de la licenciatura en Sistemas Computacionales -agrupada dentro del área de conocimiento de ingeniería-, en los siguientes rangos: es el área de conocimiento con menor número de mujeres ocupadas (únicamente 20.2% del total de profesionistas ocupadas de esta área); tiene el mayor porcentaje de profesionistas ocupados ubicados en el rango de edad entre 20 a 24 años, con 5.4%; dentro del grupo de diez áreas de conocimiento, ocupa la posición tres con relación al nivel de ingresos promedio mensual con \$13,636; también se ubica en la tercera posición respecto al desarrollo de actividades desarrolladas y el perfil estudiado con 75.3% de afinidad y es un área en donde el 81% de los ocupados desarrolla trabajos subordinados, 7% es empleador y el 12% trabaja por cuenta propia.

Otra fuente de información importante que permite contextualizar el panorama laboral de los egresados lo constituye la Encuesta Nacional de

Egresados 2021, realizada por la Universidad del Valle de México (UVM, 2021), que entre otros indicadores, señala que cuando los egresados entrevistados se refieren al primer empleo, 27% manifiesta que ocurrió mientras estudiaban la universidad; que en ese empleo cerca del 60% recibía su salario vía nómina; que 62% eran empleos de tiempo completo y el 20% de quienes tuvieron ese primer trabajo obtenían de ingresos entre \$8,001 y \$15,000; por otro lado, cuando se cuestiona sobre el trabajo actual, quienes participaron en el estudio afirmaron en un 77% que reciben su salario vía nómina; 81% se desempeña en un trabajo de tiempo completo; 27% obtiene ingresos que se ubican entre \$8,001 y \$15,000; que el 55% recibe las prestaciones mínimas de ley y el 23% declara obtener mayores prestaciones a las otorgadas por la ley; de manera general también se afirma que 21% declaró haber pagado sus estudios con producto del trabajo desempeñado y el 24% a través de compartir gastos entre los egresados y los padres de familia.

Este mismo estudio aporta datos que de alguna manera describen el impacto de vivir en pandemia; pues de acuerdo a las tendencias observadas en 2021, 10% de los egresados no consiguió mejorar en su primer trabajo; respecto a los ingresos percibidos por mes el grupo que se ubica entre \$8,001 a \$15,000 muestra una disminución del 5% con relación a la encuesta del año anterior; asimismo el grupo de desempleados con experiencia laboral pasó de 25% a 31% y de éstos 61% perdió o concluyó su empleo en el año 2020; por último, destaca el hecho de que 82% de los entrevistados que señalaron desempeñarse como profesionistas independientes, les gustaría tener empleo bien sea en el sector público o en el sector privado.

Finalmente, un estudio realizado con estudiantes de la licenciatura en Sistemas Computacionales, egresados durante los periodos 2014-2016, desarrollado por Román, et. al. (2016) en la misma FCA, de la UNACH, muestra que el 77% de los recién egresados indicaron que contaron con el apoyo de sus padres y 16% se sostuvo trabajando; 34% en algún momento de su vida escolar disfrutó de alguna beca y solo el 3% participó en los programas institucionales de movilidad académica; entretanto al finalizar los estudios solo 26% de los egresados manifestó estar trabajando y 68% afirmó que en labores relacionadas con la carrera

recién concluida. Para ingresar al mercado laboral 46% de estos profesionistas recurren con mayor frecuencia a las recomendaciones, seguido del empleo de medios de comunicación cuantificado en un 23% y 18% a través de bolsas de trabajo; 53% de las empresas en donde laboran pertenecen al sector privado, mientras que 16% declara trabajar en forma independiente; dedicadas en un 35% al área de tecnologías y 19% al comercio; de igual forma cerca del 53% acepta haber desarrollado el perfil de egreso declarado por la licenciatura estudiada.

Problema

De acuerdo con la UNESCO (1995), la educación superior enfrenta tres retos importantes a saber: calidad, internacionalización y pertinencia y cuando se refiere a esta última señala que tiene que ver con las relaciones que se establecen con: la sociedad; el mundo del trabajo; el estado; la dirección y gestión de centros y su financiamiento; la renovación de la enseñanza y el aprendizaje respecto a problemas de contenido y pedagogía; la investigación y la responsabilidad con otros niveles educativos.

De tal forma que si al seguimiento de egresados se le concede la importancia en función a la información que genera relacionado con los procesos de inserción laboral de quienes egresan de las universidades, de su desempeño en el mundo del trabajo y de la trayectoria que profesionalmente construyen (Floresvillar, 2014), puede decirse que los estudios de egresados se inscriben en los esfuerzos para evaluar la pertinencia de un programa educativo al relacionarse con al menos dos de las variables que en ella intervienen -la relación con el mundo del trabajo y la renovación de la enseñanza y aprendizaje-; en ese contexto se identifica la labor que se desarrolla en la FCA de la UNACH, respecto a los procesos de actualización y rediseño curricular que en forma sistemática se realizan en todas las licenciaturas que se ofrecen.

A partir de lo anterior, la respuesta que se busca al desarrollar esta contribución se relaciona con: ¿Cuáles son las características, opiniones y percepciones que los egresados de la Licenciatura en Sistemas Computacionales

presentan y declaran cuando al menos ha transcurrido un año de egreso respecto a los procesos de inserción laboral enfrentados y a la formación profesional recibida?

Al encontrar respuestas a este cuestionamiento se estará en condiciones de construir indicadores que aporten elementos para evaluar la pertinencia de este programa educativo de licenciatura, que deberán procesarse dentro de las acciones de actualización y rediseño curricular que se plantean.

Método

Con base en el procedimiento definido por el Programa Institucional de Seguimiento de Egresados (PISE) de la UNACH y bajo la responsabilidad del área de seguimiento de egresados de la FCA, se procedió a la construcción del directorio de estudiantes que egresaron durante los años comprendidos en el periodo 2017-2020 y que cursaron el plan de estudios 2005, aún vigente.

La difusión para invitar a responder la encuesta (diseñada por el PISE) se realizó mediante la página *web* de la FCA, avisos en redes sociales, mensajes por vía *Whatsapp*, llamadas telefónicas, mensajes por vía correo electrónico y videoconferencias informativas.

Así, del universo de doscientos ochenta y ocho egresados y ante la imposibilidad de cumplir con una muestra probabilística debido a las dificultades encontradas para que respondieran la encuesta, quienes lo hicieron se distribuyen como se presenta en la Tabla 1, en donde puede apreciarse que los participantes en el estudio representan cerca del 29% del total de egresados.

Tabla 1

Muestra del estudio de egresados

Año	Ciclo escolar		Total de Egresados	Total de Participantes	Participación Relativa
	Enero/Junio	Julio/Diciembre			
2017	31	47	78	20	26%
2018	28	55	83	11	13%
2019	26	41	67	32	48%
2020	20	40	60	20	33%
			288	83	29%

Nota: Del total de participantes en el estudio, puede apreciarse que son los egresados durante el año 2019, quienes mayor participación reportan, seguidos de aquellos que concluyeron sus estudios en 2020. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*.

El instrumento institucional diseñado para el estudio de egresados indaga respecto a las siguientes seis dimensiones: datos socioeconómicos, estudios de licenciatura, formación continua, experiencia laboral, servicios institucionales y perfil de egreso; la aplicación se realizó en línea durante el periodo del 31 de agosto de 2020 al 4 de enero de 2021 mediante el Sistema Institucional de Seguimiento de Egresados (SISE) y el análisis estadístico descriptivo se hizo con el software de productividad personal Excel.

De acuerdo con los antecedentes y el método planteados y tomando en consideración que la obtención de los datos aquí procesados corresponde a un periodo específico para su colecta -agosto de 2020 a enero de 2021-, con una muestra por conveniencia conformada por ochenta y tres egresados de 2017 al 2020 que corresponden a ocho cohortes, más que una muestra representativa, las opiniones aquí procesadas son producto de un sondeo y esto representa una limitante que no debe perderse de vista.

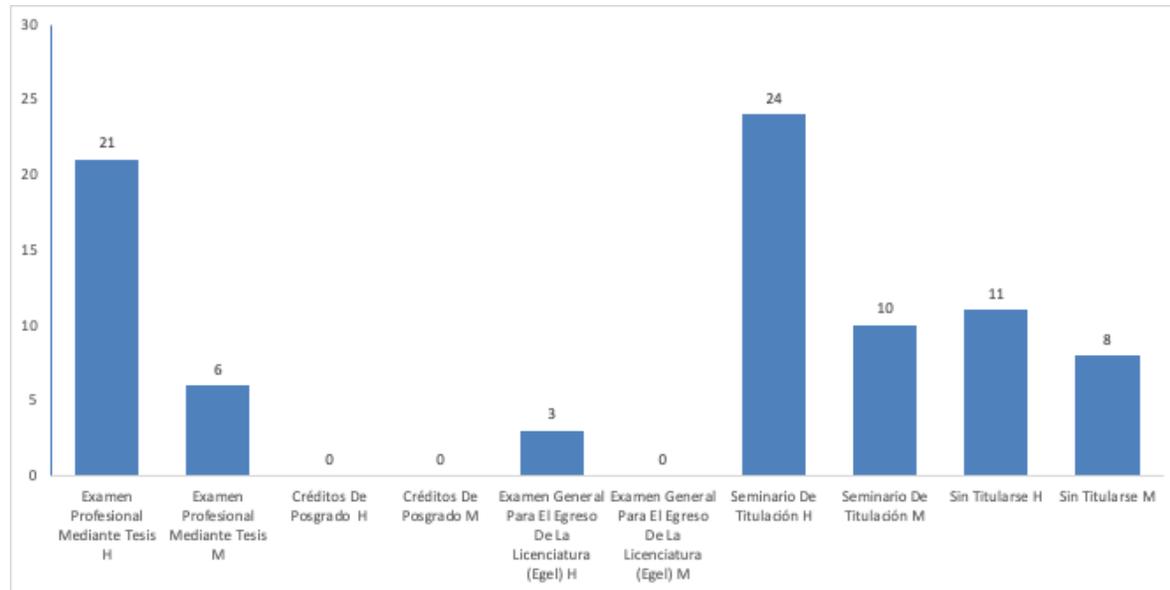
Resultados

De acuerdo con el instrumento aplicado, el primer indicador sobre el que se inquiriere corresponde a la situación que presenta el egresado respecto al proceso de titulación en el momento en que responde la encuesta; los resultados se describen

en la Figura 1 en donde se observa que del total de participantes 58% de titulados son hombres, 19% tituladas son mujeres, 13% no titulados hombres y 10% no tituladas mujeres y que entre las opciones de titulación sobresale el Seminario de titulación y el examen profesional mediante tesis.

Figura 1

Número de titulados y opciones elegidas



Nota: Puede observarse que, del universo de participantes titulados, la opción más recurrente es la relacionada con seminario de titulación con 53%, seguido de tesis con 42% y únicamente el 5% se titula a través de la opción CENEVAL. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*.

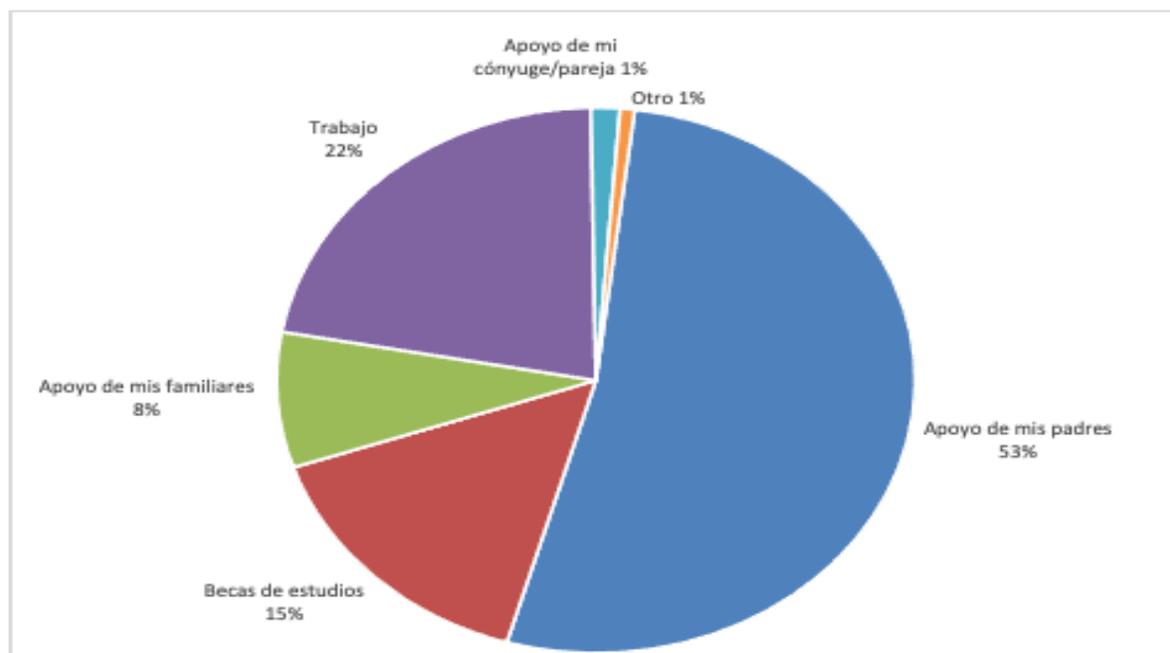
-Datos socioeconómicos

De acuerdo con el instrumento aplicado, esta variable se integra a su vez por dos indicadores, relacionados con: fuente de financiamiento para realizar los estudios de licenciatura y el nivel de estudios de los padres o tutores.

Tal y como se muestra en la figura 2, en lo que se refiere a la fuente de financiamiento para realizar los estudios de licenciatura, los participantes señalan que 53% contó con el apoyo de sus padres, 22% a través de los ingresos que le reportó trabajar, asimismo 15% señaló haber contado con una beca de estudios y el 8% expresó haber contado con el apoyo de otros familiares.

Figura 2

Fuente de financiamiento para realizar los estudios de licenciatura

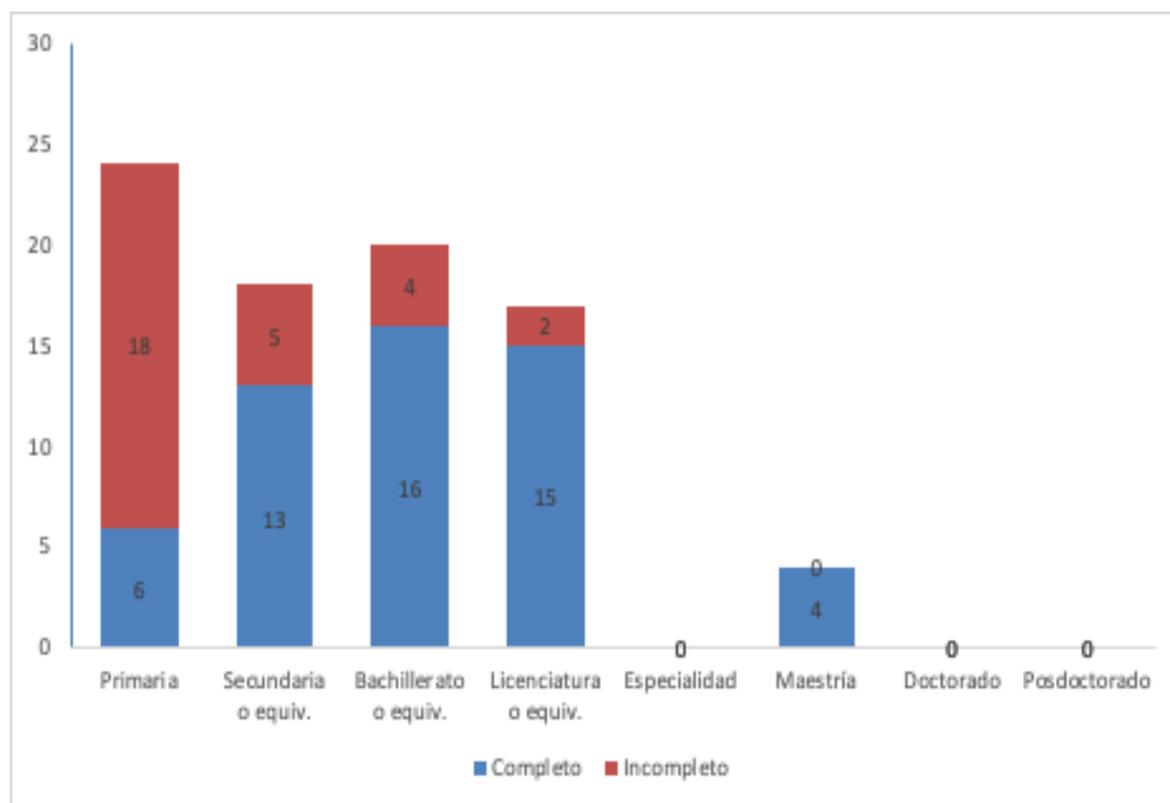


Nota: En este indicador, las opciones de “apoyo de cónyuge o pareja” no son significativas. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*.

Respecto a los datos del nivel máximo de estudios que corresponde al padre o tutor, en la Figura 3, se muestra que 19% tiene bachillerato completo, 18% licenciatura, 16% secundaria, 7% primaria y 5% maestría; mientras que en el caso de la madre tutora la Figura 5 presenta que 29% concluyó secundaria, el 18% primaria, otro 18% bachillerato, el 12% licenciatura, el 4% maestría y un 2% especialidad.

Figura 3

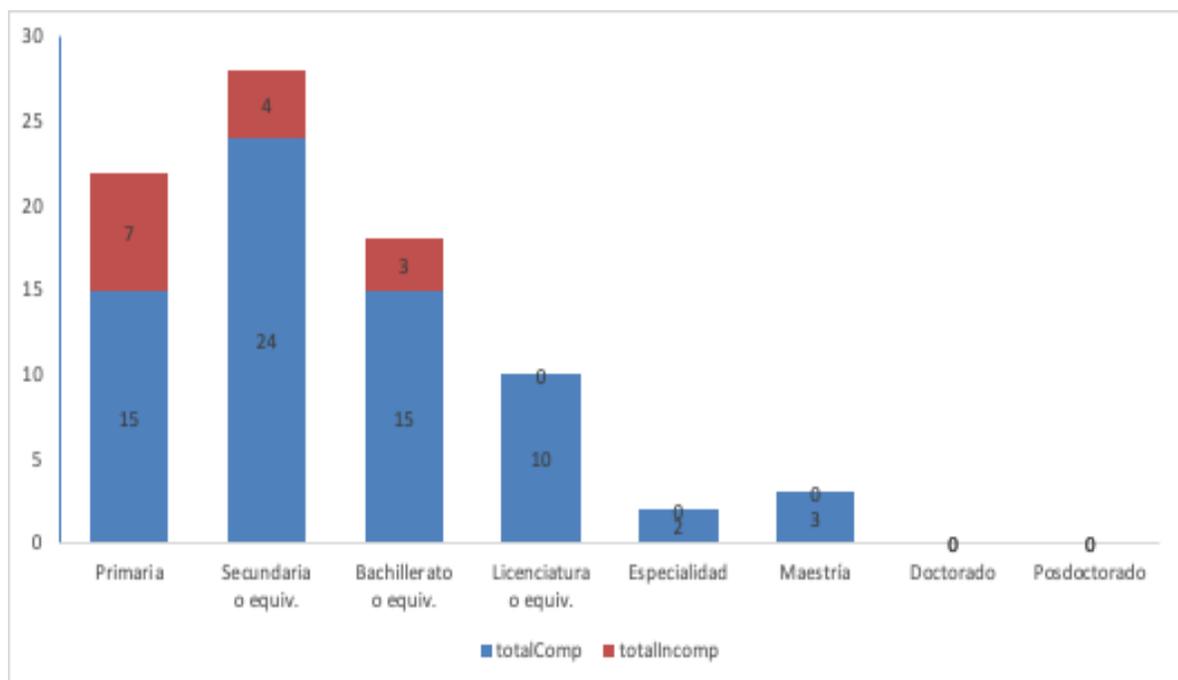
Nivel de estudios del padre o tutor



Nota: Este indicador resulta relevante, pues permite inferir cuántos de los recién egresados representan la primera generación dentro de su núcleo familiar que accede a la educación superior. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*.

Figura 4

Nivel de estudios de la madre o tutora



Nota: Respecto al nivel de estudios de las madres o tutoras de los egresados, solo 6% reporta estudios de posgrado y 12% estudios de licenciatura concluida, siendo el nivel de secundaria o equivalente el que prevalece con 34%. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*.

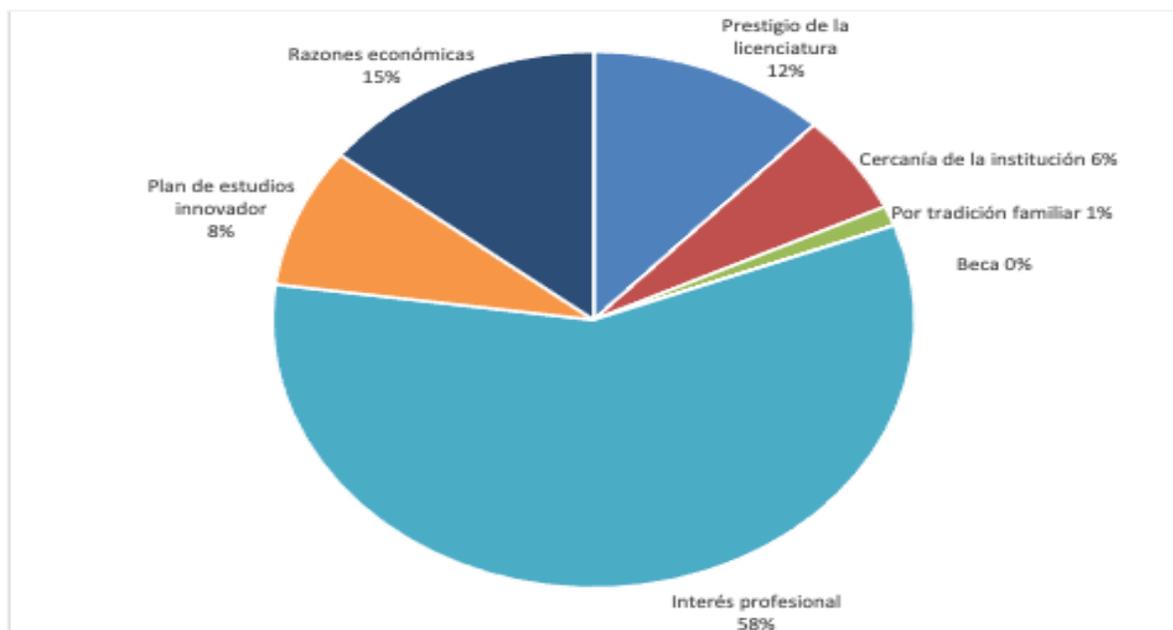
-Estudios de Licenciatura

La segunda dimensión explorada se relaciona con las características de la elección de la licenciatura elegida, las razones de esa elección, modalidad del servicio social prestado, el impacto del servicio social en el proceso de formación profesional y la eventual propuesta de trabajo recibida durante el desempeño del mismo.

En lo que se refiere a la elección de la licenciatura, de acuerdo con las respuestas de los participantes, para el 83% de los que egresaron, la UNACH fue la primera opción de licenciatura y cuando se les interroga sobre las razones de la elección de la licenciatura en Sistemas Computacionales, de acuerdo con la Figura 5, cerca del 58% eligió el programa educativo por interés profesional, el 15% lo hizo por razones económicas, 12% por el prestigio de la licenciatura, 8% por considerarlo un plan de estudios innovador, 6% por cercanía de la institución y solo el 1% por tradición familiar.

Figura 5

Elección del programa educativo



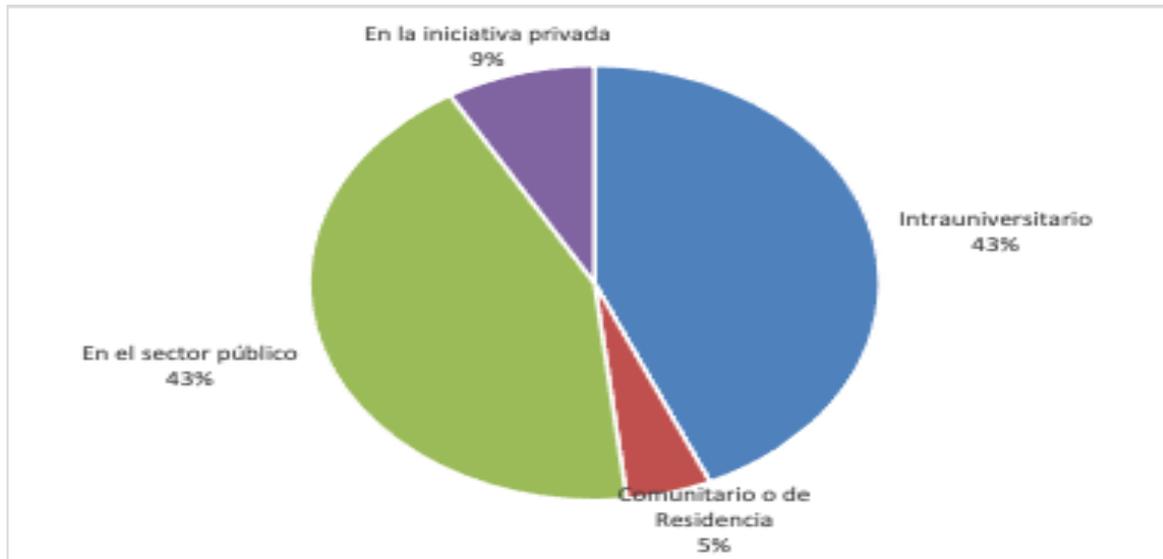
Nota: Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*.

En cuanto a la modalidad del servicio social realizado, como se muestra en la Figura 6, 43% optó por la opción intrauniversitaria y un porcentaje similar por prestar

dicho servicio en instituciones del sector público; solo el 9% optó por empresas del sector privado y únicamente 5% eligió la alternativa comunitaria o de residencia.

Figura 6

Modalidad de servicio social

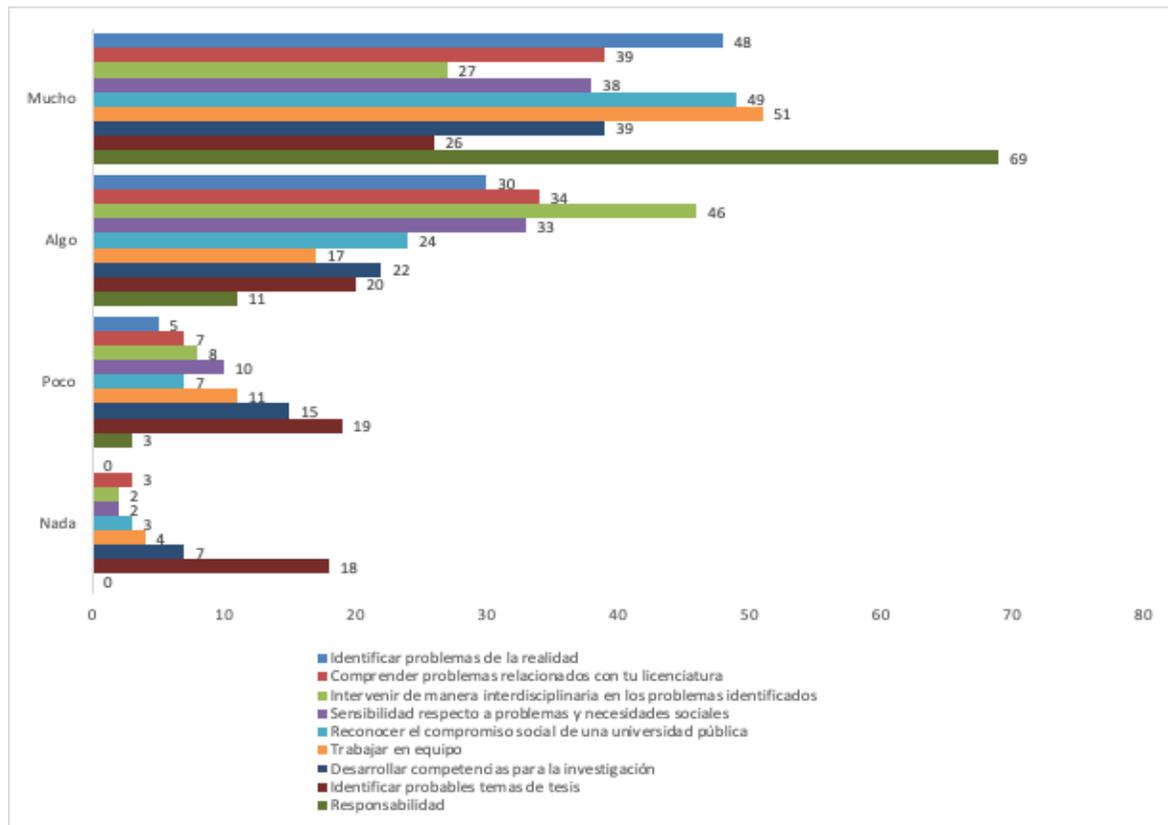


Nota: De acuerdo con esta información, sobresale el hecho de que en los estudiantes egresados de esta licenciatura prevalezca la elección para prestar el servicio social en instituciones públicas, casi 9 de cada 10 eligen instituciones gubernamentales o bien la propia universidad y que solo 9% decida incursionar en entidades privadas. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*.

Producto de la experiencia en el desempeño del servicio social, la Figura 7 presenta los datos relacionados con el impacto que los estudiantes consideran representó el cumplir con esta obligación, destacando: responsabilidad, trabajar en equipo, reconocer el compromiso social de una universidad pública e identificar problemas de la realidad. Mientras que, intervenir de manera interdisciplinaria en los problemas identificados e identificar probables temas de tesis, aparecen con menores menciones.

Figura 7

Impacto del servicio social



Nota: De todas las alternativas que el instrumento permitió elegir a los egresados, la responsabilidad fue la más recurrente, con el 83% de las menciones y cerca de la mitad

(45%) no encontró al servicio social como fuente para identificar posible tema de tesis. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*.

Finalmente, la posibilidad de recibir una oferta de empleo en donde se realizó el servicio social, en los egresados de esta licenciatura es limitada, pues solo el 19% señaló que sí se le presentó.

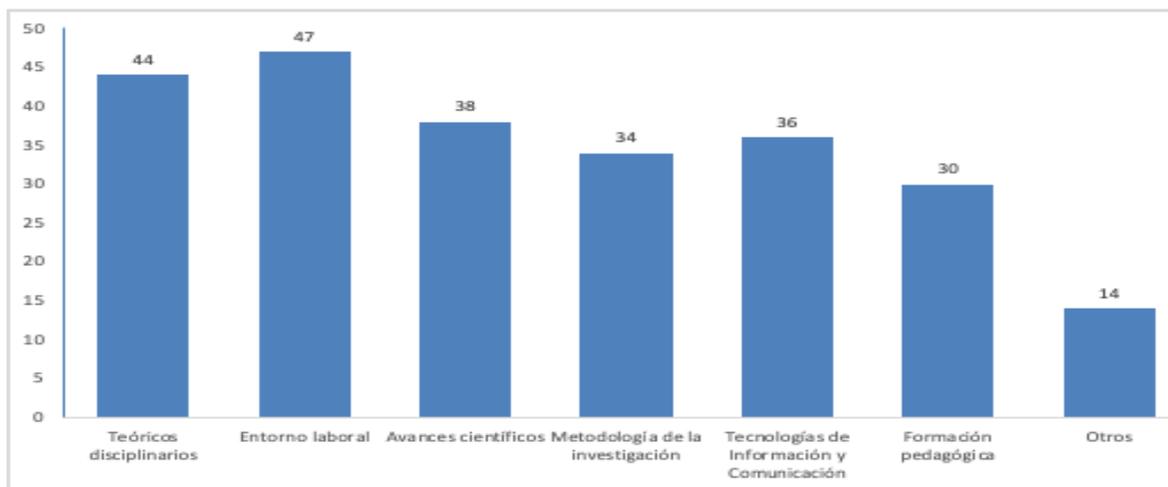
-Formación continua

En esta dimensión, las preguntas se agruparon en torno a los intereses que pudieran expresar para desarrollar acciones de formación continua, las modalidades preferidas y el periodo que eventualmente consideran más idóneo para su desarrollo.

Al analizar las respuestas de los egresados respecto a los temas para contar con una formación continua, en la Figura 8 se observa que 47 de 83 (59%) están interesados en lo relacionado con su entorno laboral, 44 (53%) en temas teóricos disciplinarios (relacionados con su licenciatura), 38 (46%) en avances científicos, 36 (43%) sobre el uso de las TIC, 34 (41%) en metodología de la investigación y 30 (36%) acerca de una formación pedagógica.

Figura 8

Intereses de formación continua



Nota: Tomado de: base de datos del SISE (2022)

Respecto a las modalidades que los egresados preferirían para desarrollar las acciones de formación continua, la capacitación presencial es la más mencionada con el 45%, seguida por la capacitación en línea o virtual con 26%, mientras que 13% eligió una forma mixta y 16% no respondió.

Por último, en lo referente al periodo de preferencia para la formación continua, la mayoría indicó que en fin de semana (51%) sería la mejor opción; 18% no respondió, 13% eligió entre semana, el mismo porcentaje en verano y 4% en invierno.

-Experiencia y ubicación en el mercado laboral

Considerado como uno de los indicadores centrales en cualquier modelo de seguimiento de egresados, el instrumento aplicado plantea cuestionamientos relacionados con seis aspectos: trabajo durante los estudios; perfil y actividad laboral; trabajo al concluir los estudios de acuerdo con el perfil de egreso; tiempo para obtener empleo; factores que influyen para la obtención del primer empleo y dificultades para acceder al mercado laboral.

Respecto al cuestionamiento sobre si los egresados trabajaron durante el desarrollo de los estudios de licenciatura, el 55% indicó que sí trabajó en ese periodo; de éstos, 48% expresó estar totalmente en desacuerdo con que su actividad laboral durante los estudios no coincidía con el perfil profesional, 37% medianamente de acuerdo y 15% totalmente de acuerdo con la no coincidencia.

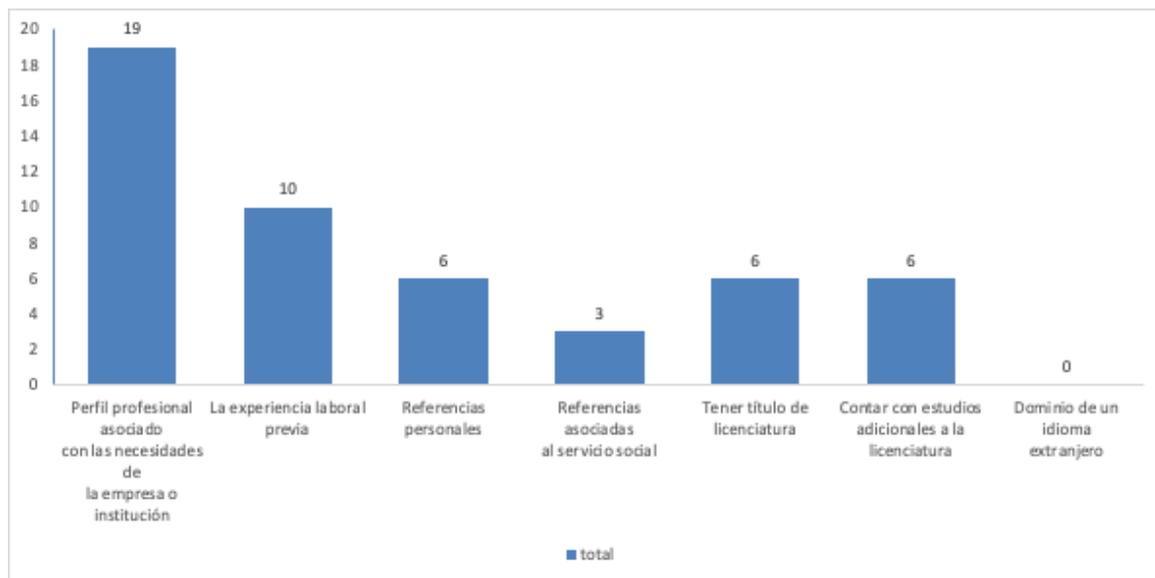
Por otro lado, al concluir la licenciatura, la mayoría no consiguió un empleo de acuerdo con el perfil profesional (61%) y únicamente el 39% expresó que el trabajo conseguido iba acorde con el perfil declarado de la licenciatura estudiada. En lo que se refiere al tiempo para conseguir el primer empleo una vez concluidos los estudios, 53% de los encuestados señaló que ocurrió dentro de los tres meses

siguientes; 22% declaró que invirtió de tres a seis meses y 25% manifestó que ello ocurrió en un periodo de seis meses a un año.

Entre los factores de mayor influencia para la obtención del primer empleo los participantes en el estudio, de acuerdo con la Figura 9, destacan un perfil profesional asociado con las necesidades de la empresa o institución con el 38% de las menciones y 20% la experiencia laboral previa. Aspectos como referencias personales, tener título de licenciatura y contar con estudios adicionales a la licenciatura reportan un 12% y contar con referencias asociadas al servicio social únicamente el 6%.

Figura 9

Factores de influencia para obtener el primer empleo

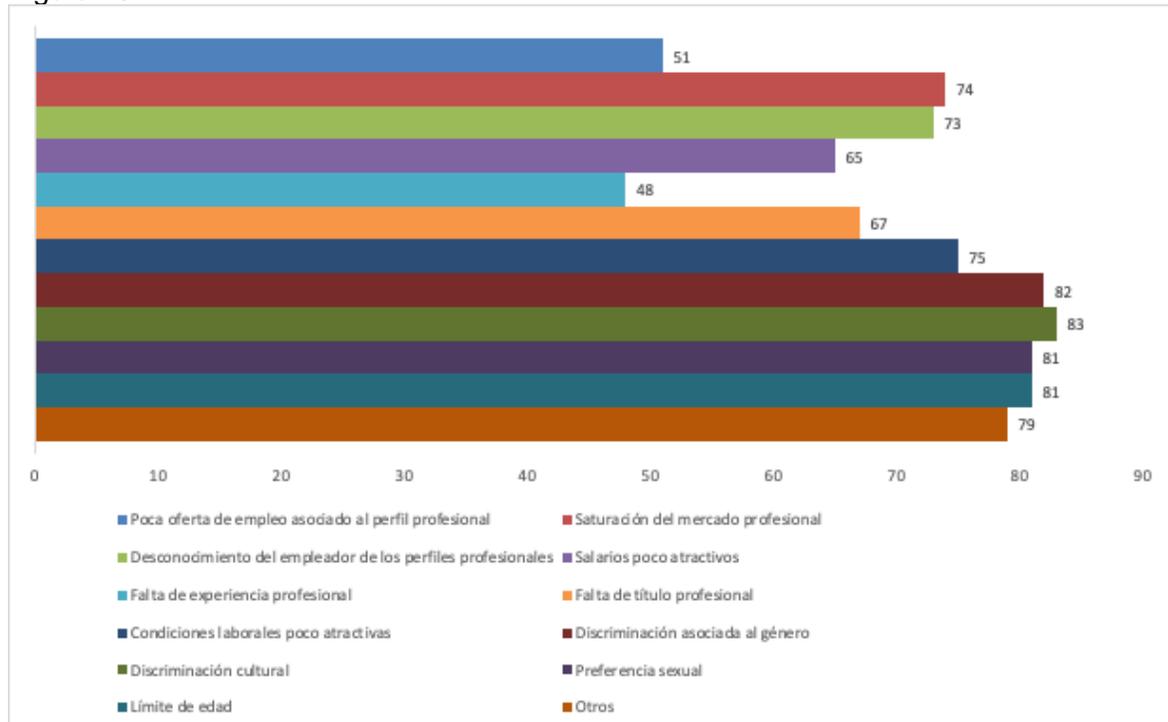


Nota: Debe considerarse que, de acuerdo con el diseño del instrumento aplicado, los participantes podían elegir varias opciones de influencia, según su propia experiencia. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*

Respecto a las principales dificultades para conseguir empleo, tal y como se presenta en la Figura 10, la mayoría de los encuestados señalaron que están asociadas a discriminación cultural y de género con el 98% de las respuestas;

preferencia sexual y límite de edad (97%), condiciones laborales poco atractivas, saturación del mercado profesional y desconocimiento del empleador de los perfiles profesionales alcanzaron el 88% de las menciones.

Figura 10



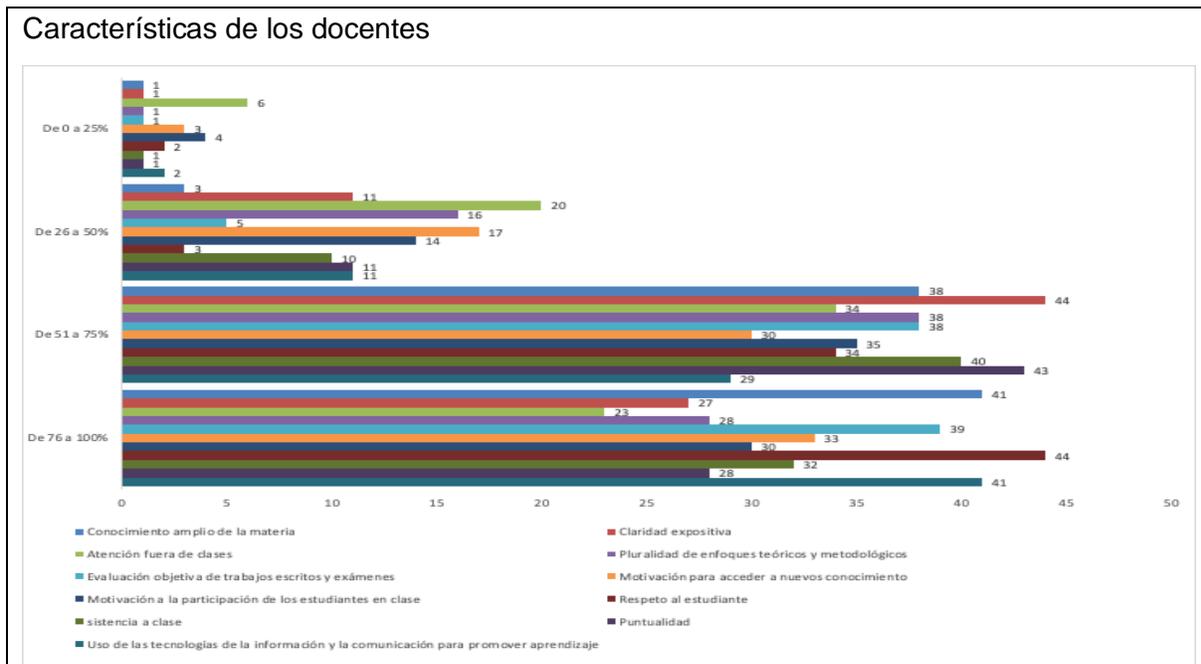
Nota: Al igual que en el indicador anterior debe considerarse que, de acuerdo con el diseño del instrumento aplicado, los participantes podían elegir varias opciones de posibles dificultades, según su propia experiencia. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*

-Servicios institucionales

La dimensión relacionada con los servicios institucionales evalúa las características de los docentes, la calidad de la organización académica y la calidad de los servicios institucionales; adicionalmente contempla el planteamiento sobre si quienes han egresado, volverían a estudiar la misma licenciatura y si consideran continuar con su formación a través de los posgrados que la propia universidad ofrece.

La Figura 11, muestra las respuestas proporcionadas por los participantes en donde destacan como características de sus docentes el respeto al estudiante, un conocimiento amplio de la materia y el uso que hacen de las TIC para promover el aprendizaje. Los aspectos con las puntuaciones menores son atención fuera de clases, claridad expositiva y puntualidad.

Figura 11.

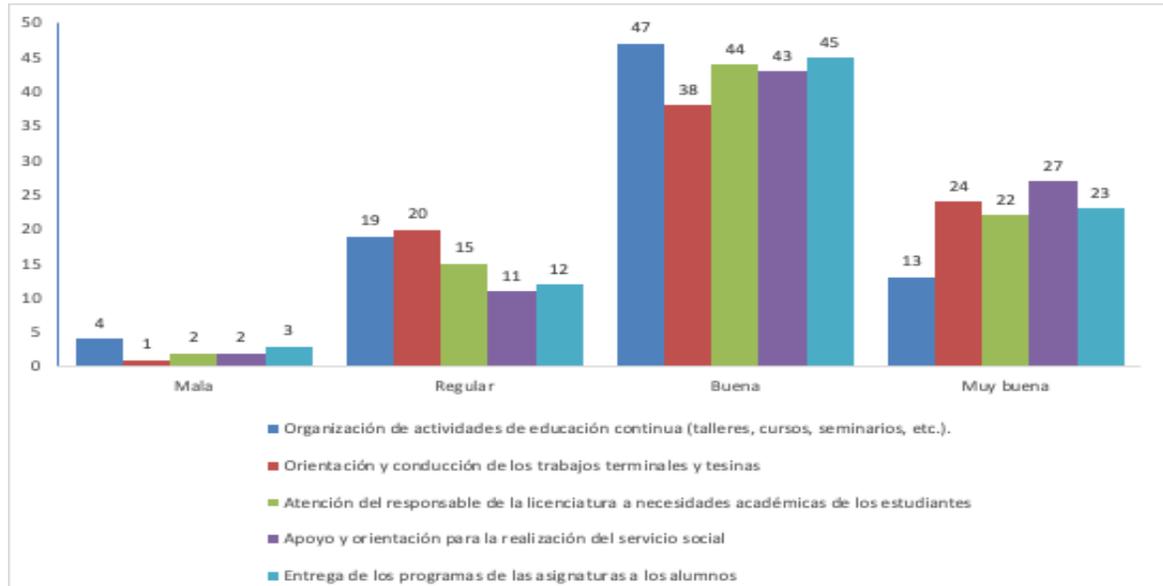


Nota: Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*

Por su parte, en una escala de mala, regular, buena y muy buena, de acuerdo con la Figura 12, los egresados valoran como buena la calidad de la organización académica en los cinco aspectos evaluados.

Figura 12

Calidad de la organización académica

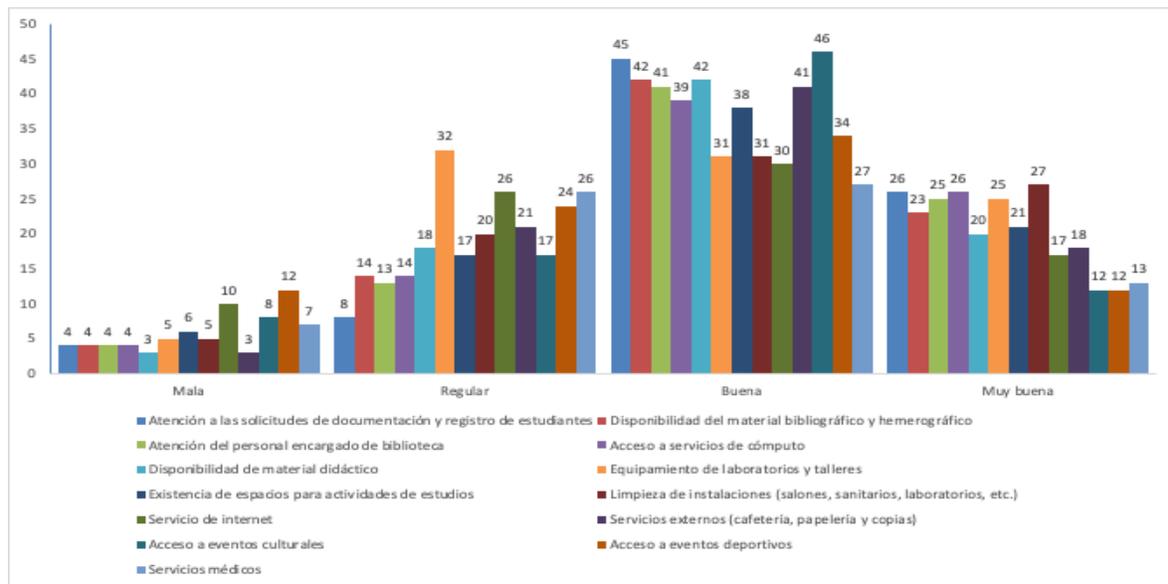


de oportunidad como el hecho de que cerca del 28% calificó como mala o regular a la organización de actividades de educación continua y en esa misma escala el 25% de los participantes como mala o regular la orientación y conducción de los trabajos terminales y tesinas. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*

En cuanto a los servicios universitarios y de acuerdo con los datos de la Figura 13, los encuestados señalan de buena calidad, principalmente la atención a las solicitudes de documentación y registro de estudiantes, acceso a eventos culturales, disposición de material bibliográfico y hemerográfico y disponibilidad de material didáctico.

Figura 13

Calidad de los servicios universitarios



Nota: Al igual que en el indicador anterior, aun cuando en promedio el 45% de los participantes califican como buena la calidad de los servicios universitarios, existen áreas de oportunidad, principalmente relacionadas con: equipamiento de laboratorios y talleres, que fue considerado como malo o regular por el 45% de los encuestados; el servicio de internet y el acceso a eventos deportivos calificados como malos o regulares por el 43% de los egresados, así como los servicios médicos que también fueron mal calificados por cerca del 40% de los estudiantes. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*

Con todo, para el 94% de los egresados participantes, volver a elegir a la misma institución para estudiar la misma licenciatura es una alternativa atractiva y el 67% está interesado por estudiar un posgrado en la UNACH.

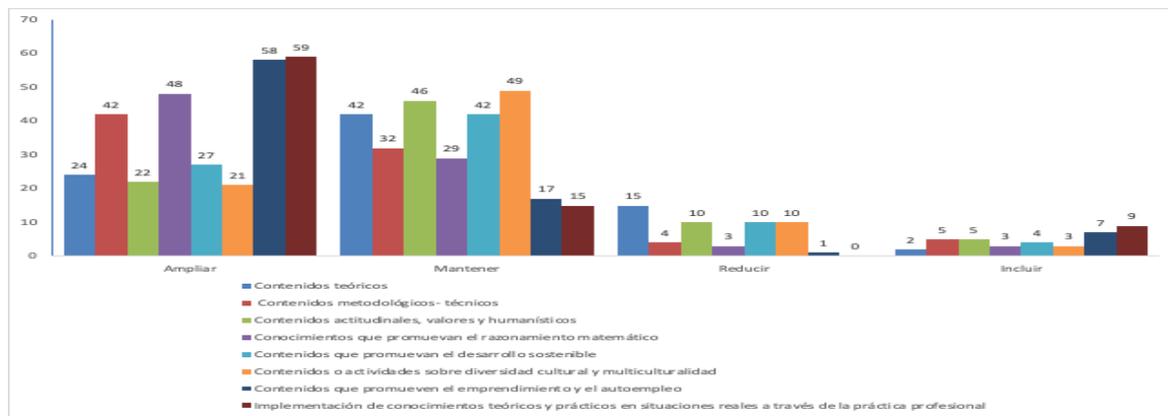
-Perfil de egreso

Esta última dimensión, contiene preguntas relacionadas con propuestas sobre posibles modificaciones de contenidos, las competencias declaradas y las que deben modificarse, así como las competencias más demandadas por el mercado laboral en donde prestan sus servicios.

La Figura 14, muestra las modificaciones sugeridas al plan de estudios con relación a los contenidos y las sugerencias plantean ampliar los que promueven el emprendimiento y el autoempleo y la implementación de conocimientos teóricos y prácticos en situaciones reales a través de la práctica profesional, mientras que destacan mantener los conocimientos que promuevan el razonamiento matemático y los contenidos actitudinales, valores y humanísticos.

Figura 14

Modificación de contenidos

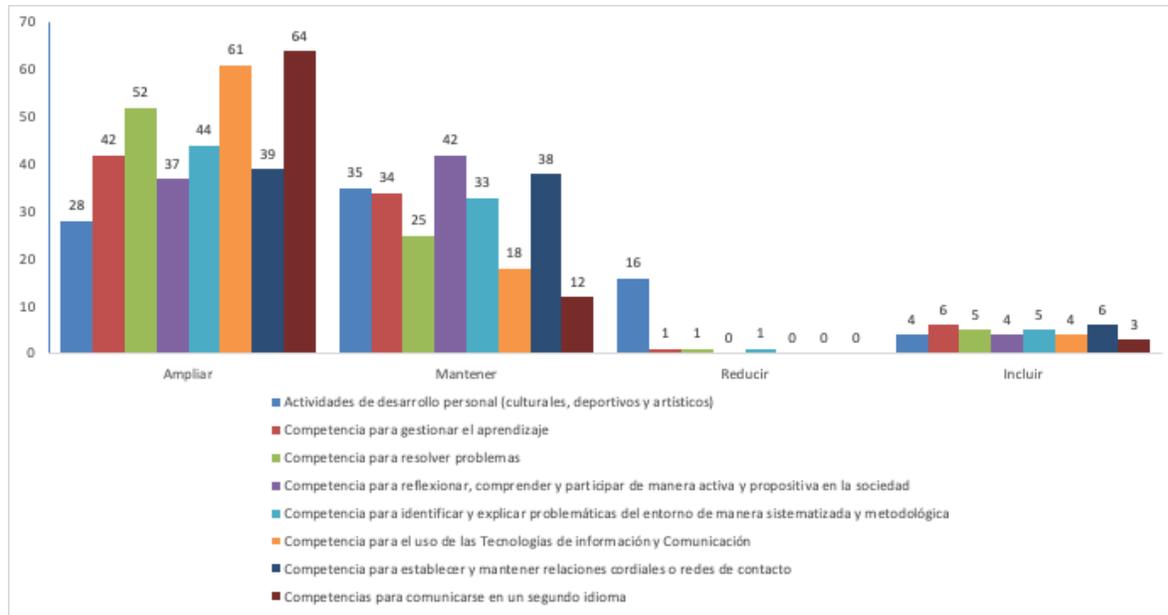


Nota: Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*

Respecto a las competencias, las modificaciones sugeridas, de acuerdo con la Figura 15, enfatizan la necesidad de ampliar el comunicarse en un segundo idioma, el uso de las TIC y la resolución de problemas. Mantener la competencia para reflexionar, comprender y participar de manera activa y propositiva en la sociedad y la competencia para establecer y mantener relaciones cordiales o redes de contacto.

Figura 15

Modificación de competencias

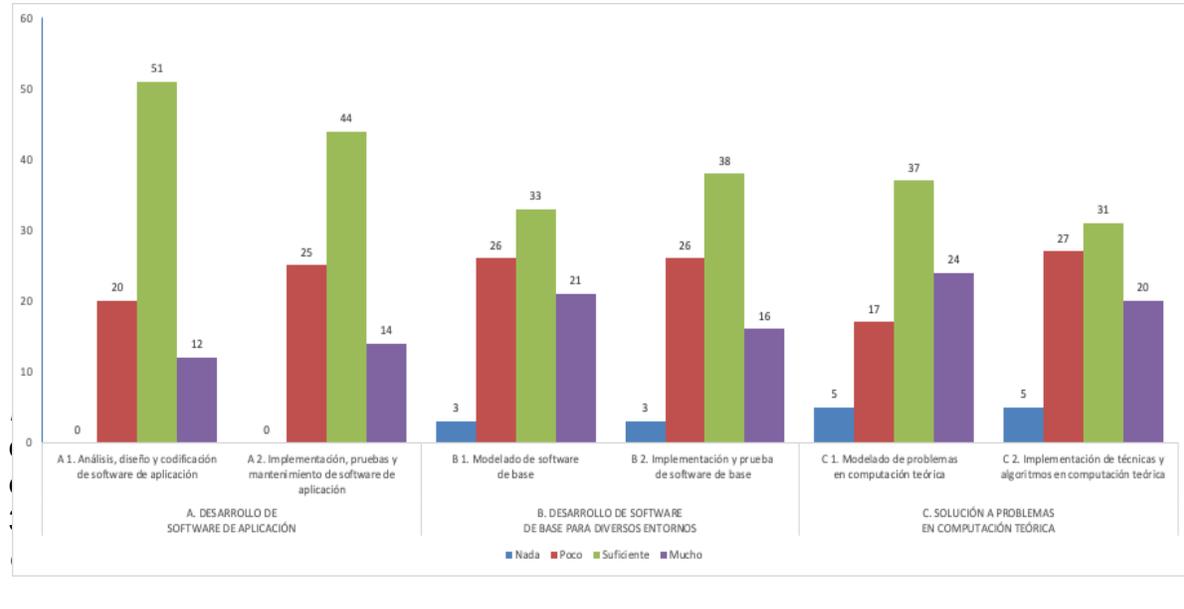


Nota: Digno de considerarse es la opinión de cerca del 20% de los participantes que proponen eliminar las actividades de desarrollo personal (culturales, deportivos o artísticos). Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*.

En cuanto a las competencias específicas del perfil de egreso de la Licenciatura en Sistemas Computacionales, los encuestados valoran que el nivel desarrollado durante los estudios de la licenciatura ha sido suficiente en todas, destacándose el análisis, diseño y codificación de software así como la implementación, pruebas y mantenimiento de software de aplicación, como se aprecia en la Figura 16.

Figura 16

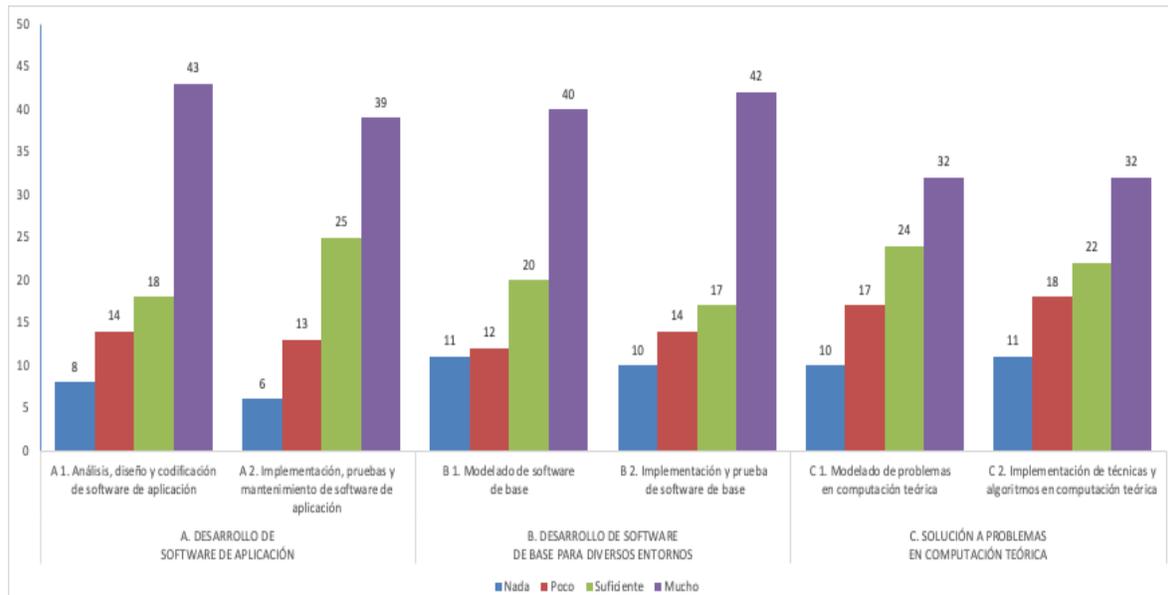
Nivel de competencias desarrollado en la formación



Por último, las competencias que los egresados valoran como importantes para el área en la que se encuentran laborando, están relacionadas con: análisis, diseño y codificación de software; la implementación y pruebas de software de base, el modelado de software de base y la implementación, pruebas y mantenimiento de software de aplicación, según se presenta en la Figura 17.

Figura 17

Competencias importantes en el ámbito laboral



Nota: Adicional a las competencias mejor ponderadas por los participantes, debe considerarse que la implementación de técnicas y algoritmos en computación teórica se consideró nada o poco importante en el sector laboral por cerca del 35% de los egresados y por el 32% el modelado de problemas en computación teórica. Tomado de: *base de datos del SISE (2022)*.

Conclusiones

Los resultados aquí descritos, aún con las restricciones que derivan de la poca participación de los egresados, que de alguna forma limitan la representatividad de la muestra, arroja algunos indicadores que debieran considerarse en el momento de tomar decisiones orientadas a la mejora continua y al momento de desarrollar la evaluación curricular del plan de estudios, destacando lo siguiente:

Los participantes en el estudio sugieren modificar el plan curricular con relación a los contenidos, y proponen ampliar los que promueven el emprendimiento y el autoempleo y la implementación de conocimientos teóricos y prácticos en situaciones reales a través de la práctica profesional, mientras que destacan mantener los conocimientos que promuevan el razonamiento matemático y los contenidos actitudinales, valores y humanísticos.

En cuanto a competencias específicas del perfil de egreso de esta licenciatura, los encuestados valoran que el nivel desarrollado durante los estudios de la licenciatura ha sido suficiente en todas, destacándose el análisis, diseño y codificación de *software* así como la implementación, pruebas y mantenimiento de *software* de aplicación, de igual forma valoran como importantes para el área en la que se encuentran laborando el análisis, diseño y codificación de *software*, la implementación y pruebas de *software* de base y el modelado de *software* de base.

En lo referente a los temas de actividades de actualización profesional y laboral que les interesaría que la Universidad ofertara con la posibilidad de elegir varias opciones, destacan los relacionados con conocimientos teóricos disciplinarios de su licenciatura, entorno laboral, avances científicos y uso de TIC.

De acuerdo con la experiencia laboral actual y las actividades que desarrollan, los participantes indican que los aspectos en que enfrentan un mayor grado de exigencia son el trabajo en equipo y las habilidades para el manejo de paquetes computacionales.

Finalmente, los participantes en el estudio sugieren ampliar la competencia para comunicarse en un segundo idioma, para hacer uso de las TIC y para resolver problemas.

Futuras líneas de investigación relacionadas con lo aquí abordado debieran profundizar en las características de los trabajos desempeñados y las trayectorias profesionales construidas.

Referencias

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior.
ANUIES. (2003). *Esquema básico para estudios de egresados*. Serie Investigaciones. 2ª Edición corregida. México.

- Briseño, H., F., Mejía, B., J., Cardoso, E., Edgar, O. & García, M., J. (2014). Seguimiento de egresados: estudio diagnóstico en las preparatorias oficiales del Estado de México (generaciones 2005-2008 y 2008-2011). *Innovación educativa (México, DF)*, 14(64), 145-156.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732014000100011&lng=es&tlng=es.
- Cordera, C. R. & Lomelí, V. L. (2006). *El mundo del trabajo y la exclusión social*. México. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Floresvillar, M., M. (2014). ¿En dónde están los egresados? *Revista de la Comisión Estatal para la Educación Superior del Estado de Guanajuato (COEPES)*. Año 4, número 11, noviembre 2014.
- Fresán, O., M. (2003). *Los estudios de egresados. Una estrategia para el autoconocimiento y la mejora de las Instituciones de Educación Superior en Esquema Básico para estudios de egresados*. ANUIES. México. 1ª Reimpresión. 2003.
- Gibbons, M. (1998). *Pertinencia de la educación superior en el siglo XXI*. Washington. Banco Mundial.
- Lopera, P., C. (2005). *Los estudios sobre seguimiento de egresados en los procesos de mejora continua de la actividad universitaria*. Ponencia presentada en el Seminario para funcionarios universitarios y gubernamentales sobre Seguimiento de Egresados, celebrado en Monterrey, Nuevo León, México. http://www.gradua2.org.mx/Ponencia_U_Catolica_de_Col_GRADUA2_México.doc
- Malagón, P., L. (2003). La pertinencia en la educación superior: Elementos para su comprensión, en *Revista de la Educación Superior*. Vol. XXXII (3), No. 127. Julio-septiembre 2003. <http://www.anui.es.mx/series>
- Malagón, P., L. (2007). *Currículo y pertinencia, en la educación superior*. Bogotá. Cooperativa Editorial Magisterio
- Observatorio Laboral del Servicio Nacional de Empleo. (2021). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*.
https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/estudios-publicaciones/Tendencias_empleo.html
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (1995). *Política para el cambio y el desarrollo de la Educación Superior*. París.
<http://unesdoc.unesco.org/images/0009/0000989/098992s.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (1998). *La educación superior en el siglo XXI: visión y acción*. Documento de Trabajo. París. http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.html
- Palloroso, G., R. & García, R., I. (2019). *Seguimiento a graduados: importancia y principales experiencias internacionales. Análisis del tópico en la República*

del Ecuador, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (julio 2019).
<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/seguimiento-graduados-ecuador.html>

- Red Interagencial para la Educación en Situaciones de Emergencia, (2010).
 Glosario de términos. <https://inee.org/es/eie-glossary/educacion-pertinente>
- Román, F., J., Gordillo, M., A., Franco, G., R., & Yamazaki, M., A. (2016).
Caracterización de Egresados, hábitos de estudio e índices de satisfacción.
 Universidad Autónoma de Chiapas.
- Secretaría de Educación Pública (SEP). (2010) GUIA PIFI (2010-2011). *Guía para la elaboración del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional 2010-2011.* SEP. México. Documento impreso.
- Sierra, V., & Velázquez, R. (2022). El seguimiento a graduados: un vínculo entre las instituciones de educación superior y la sociedad. *Revista Cubana de Educación Superior*, 41(1), 8. Epub 01 de marzo de 2022.
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142022000100008&lng=es&tlng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142022000100008&lng=es&tlng=es)
- Universidad Autónoma de Chiapas. (2020). *Modelo educativo y académico.*
 Universidad Autónoma de Chiapas.
- Universidad Autónoma de Chiapas. (2022). *Sistema Institucional de Seguimiento de Egresados.* <https://www.egresados.unach.mx/>
- Universidad del Valle de México. (2021). *Encuesta Nacional de Egresados 2021.*
https://opinionpublica.uvm.mx/sites/default/files/reportes/UVM_Brochure_V3_0062021.pdf

Aplicación móvil inteligente para la elaboración del estado de costo de producción de lo vendido en entidades industriales

Dr. Juan Pedro Benítez Guadarrama¹; Mtra. Brenda Anahí Pérez Elizondo²

Resumen

El control de los inventarios de materias primas, producción en proceso y artículos terminados son el eje central de las obligaciones financieras y fiscales que las entidades industriales tiene que llevar a cabo para no incurrir en alguna sanción, infracción o multa que afecte su capital o inversión; derivado de este fenómeno el objetivo de esta investigación es crear una aplicación móvil utilizable en teléfonos inteligentes o tabletas electrónicas para la elaboración del estado de costo de producción de lo vendido, información requerida por las normas financieras y las disposiciones fiscales, la aplicación móvil se creó con la utilización de herramientas Android con base en los procedimientos establecidos en la norma internacional ISO 13407 considerando las disposiciones contenidas en las normas de información financiera y las disposiciones fiscales vigentes para el año 2022-2023, se obtuvo una aplicación móvil inteligente que permite al usuario desarrollar información confiable, comprensible, relevante sobre el costo de producción de lo vendido, además permite al usuario interactuar mediante la voz, simplificación en la captura de datos y envío de la información mediante el correo electrónico lo que permite mayor eficiencia en el uso de la tecnología y eficacia en el intercambio de datos empresariales.

Palabras claves: aplicación móvil, costo de producción, entidad, finanzas, fiscal.

¹ Docente investigador por parte de la Universidad Autónoma del Estado de México, Doctor en Ciencias de lo Fiscal, miembro Honorario del Colegio de Contadores Públicos en Ecatepec, jpbenitezg@uaemex.mx, <https://orcid.org/0000-0002-2826-6359>.

² Docente Investigadora por parte del Corporativo Immanuel Kant, Maestra en Impuestos, anahi.elizondo18@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7012-8996>.

Introducción

Actualmente el uso del teléfono inteligente se ha convertido en un accesorio personal necesario para realizar diversas actividades laborales, académicas y sociales, se ha observado que el usuario, utiliza el dispositivo constantemente para la comunicación, verbal o escrita mediante diversas aplicaciones conocidas como redes sociales, algunas veces en el momento que se encuentra ante una necesidad de conseguir información sobre un tema utilizan la herramienta para ingresar a internet, buscar la información requerida y obtener el resultado; en ocasiones realizan búsquedas de aplicaciones móviles que le permitan resolver algún cálculo o alguna información referente a un tema específico empresarial.

Son diversos los problemas que afectan a los empresarios ante el cumplimiento de las normas de información financiera y las disposiciones fiscales, la falta de conocimiento en su estructura, análisis, interpretación y aplicación de las disposiciones contenidas en la ley del Impuesto Sobre la Renta (ISR), otra dificultad que se presenta, es el desconocimiento de las normas de información financiera (NIF) particularmente enfocada a la elaboración y determinación del estado de costo de producción de lo vendido, al mostrar desconocimiento pleno, afecta en la obtención de la información y por tanto no existe una toma de decisiones efectivas y perjudica al desarrollo de la actividad económica de la organización.

Los inventarios iniciales y finales, la producción en proceso, los artículos terminados, la adquisición de mercancías, la mano de obra y los gastos indirectos de fabricación son elementos que forman la columna vertebral del costo de producción de lo vendido, la producción que se centra desde la adquisición de la materia prima pasa por la producción en proceso, una vez concluido el proceso se obtienen los artículos terminados depositados en el almacén para su posible venta a los clientes.

Es menester establecer un control de la producción que se produce en la empresa y la obtención de la información con respecto al costo de producción base para la determinación del precio de venta de mercancía, es por ello que mediante esta investigación se establece como objetivo crear una aplicación móvil utilizable en teléfonos inteligentes o tabletas electrónicas para elaborar el estado de costo de

producción de lo vendido donde muestre información, confiable, comprensible y relevante a fin de dar cumplimiento a las obligaciones financieras y fiscal; para el desarrollo de la aplicación se empleó el procedimiento establecido en la norma internacional de la calidad ISO 13407, esta norma especifica el procedimiento para la creación de aplicaciones móviles aplicado de acuerdo a las necesidades de los usuarios; en la realización de las pruebas se tomaron datos reales de pequeñas y medianas empresas con actividad industrial a fin de utilizar la herramienta tecnológica; para la evaluación de la aplicación se requirió la participación activa de contadores públicos certificados quienes como especialistas y conocedores de la normatividad y legalidad, dieron su opinión sobre la aplicación tecnológica; los resultados muestran que la aplicación inteligente presenta información financiera y fiscal confiable, comparable, relevante y comprensible en cada uno de los rubros que conforman el estado de costo de producción de lo vendido, por tanto, se puede inferir que la información generada y presentada en la aplicación móvil cumple con las disposiciones contenidas en la normatividad financiera y legal, otorgando certeza de ayudar al empresario a tomar decisiones efectivas sobre el costo y permitirá un mejor manejo, control y distribución sobre los inventarios.

La estructura del documento se conforma por el marco teórico, contiene el marco conceptual, la teoría normativa y legal que sustenta el desarrollo de la investigación, se presenta la descripción sobre el procedimiento de la creación de la aplicación móvil y por último se presenta un caso práctico donde se muestra la aplicación móvil puesta en práctica y lo que puede realizar, por último, se muestran los resultados y las conclusiones.

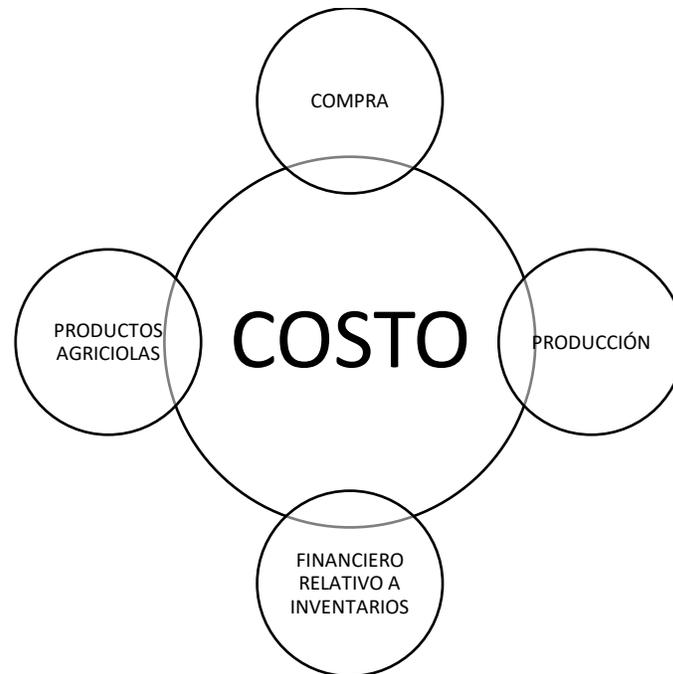
Referentes teóricos

Los empresarios tienen la obligación financiera establecida en la NIF C4, (2022) y fiscal en los artículos 39 al 43 LISR, (2022) de elaborar, determinar y presentar el costo de producción de lo vendido, en términos financieros forma parte del estado de resultado integran y en el formato 18 de la declaración anual en el apartado del estado de resultados.

La NIF A-5 en el párrafo 57 especifica que el costo “es el valor de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de un bien o servicio adquirido por la entidad, con la intención de generar ingresos” (CINIF, 2022, pág. 168), partiendo de esta definición de la normatividad se especifica que el costo es un término cualitativo y cuantitativo de las mercancías terminadas que se entregan o se entregarán a un periodo determinado a cambio de obtener efectivo; La misma NIF en su párrafo 58 señala que “cuando el costo tiene un potencial para generar ingresos en el futuro, representan un activo”; El costo de los inventarios deben comprender todos los costos de compra y producción en que se haya incurrido para darles su ubicación y condición actuales, en relación a la legislación fiscal mexicana no define el termino de costo, solo especifica los métodos y los procedimientos para su determinación.

Con base en la normatividad la NIF C-4 referida por el (CINIF, 2022) existen diversos tipos de costos, costo de compra, costo de producción, costo financiero relativo a inventarios, costo de productos agrícolas. [figura1]

Figura 1.
Tipología de los costos



El costo de compra es el precio de compra realizado por la adquisición de artículos terminados, materiales y servicios, más el pago por derechos y otros impuestos, excepto los impuestos por recuperar ante la autoridad hacendaria, adicionado de los costos de transporte, almacenaje, manejo, seguros, otros costos y gastos directamente relacionados o disminuidos por los descuentos, bonificaciones y rebajas sobre compras y otras partidas que disminuyen el costo (NIF C4, P. 44.2.1, 2022).

EL costo de producción o también llamado costo de fabricación o de transformación es el importe de la adición de los elementos del costo que se invierte para dejar un artículo en condiciones para su venta o para ser incluido en un proceso posterior, para su determinación se considera la materia prima directa y/o materiales directos, la mano de obra directa y los gastos indirectos de producción, fijos y variables (NIF C4, P. 44.3.1, 2022).

En términos fiscales la LISR en su artículo 39 menciona que el costo de las mercancías que se enajenen se debe determinar con base al sistema de costos absorbente sobre la base de costos históricos o predeterminados (Cámara de

diputados , 2021). El costo se debe deducir en relación directa con la obtención del ingreso derivada de la enajenación de bienes, se clasifica [figura2] en costo en actividades comerciales, costo en actividades distintas a las comerciales, costo en actividades de servicios.

Figura 2.

Tipología del costo en términos fiscales



El costo por actividades comerciales se basa en la adquisición (compra) y enajenación (venta) de mercancías, se determinará el costo de la siguiente manera: se debe considerar el importe de las adquisiciones de mercancías, disminuidas con el monto de las devoluciones, descuentos y bonificaciones, sobre las mismas, efectuados en el ejercicio, adicionarse los gastos incurridos para adquirir y dejar las mercancías en condiciones de ser enajenadas (vendidas) (art 39, LISR, 2022).

El costo en actividades distintas a las comerciales, los contribuyentes que realicen actividades industriales o prestación de servicios, considerarán los

siguientes elementos del costo: considerarán la adquisición de materias primas, productos semiterminados o productos terminados, restados con las devoluciones, descuentos y bonificaciones sobre los mismos, efectuados en el ejercicio, adicionando las remuneraciones por la prestación de servicios personales subordinados, relacionados directamente con la producción o la prestación de servicios (mano de obra), más los gastos netos de descuentos, bonificaciones o devoluciones, directamente relacionados con la producción o la prestación de servicios, más la deducción de las inversiones directamente relacionadas con la producción de mercancías o la prestación de servicios (art 39, LISR, 2022).

Un estudio realizado por Arellano Cepeda et al, (2017) señala que

Las empresas requieren implementar un sistema de gestión de contabilidad de costos como un elemento básico que permita la determinación de costos de la producción de los bienes y servicios, para la toma de decisiones y establecer el precio de venta que permita competir en el mercado con su competencia.

... los resultados muestran que las empresas necesitan contar con una organización e información confiable, oportuna y exacta para determinar los costos de producción de los servicios y de los bienes que producen, a fin de tomar decisiones en la determinación del precio de venta.

En el mercado laboral actual el uso de dispositivos móviles de vanguardia son una herramienta que permite acceder a apps que mejoran y garantizan el desempeño de actividades Consumo TIC, (2021) destaca que :

Los smartphones se posicionaron como el dispositivo de mayor preferencia para descarga de las aplicaciones, toda vez que el 97.1 por ciento de los usuarios acceden a estas a través de este tipo de equipos, con un lejano 13.7 por ciento que lo hace en Tablet y un reducido 5.6 por ciento en Computadoras personales.

ICEX España Exportación e Inversiones, (2021) refiere que México es el mercado primordial de instalación de apps destaca que “En el primer trimestre de 2021 se hicieron en México 1240 millones de instalaciones, lo que convierte al país en el principal mercado de ‘apps’ en Latinoamérica.” Benítez Hernández , (2016) señala

que “el uso de aplicaciones en el teléfono móvil y tabletas se está generalizando en México. Entre los países latinoamericanos, destaca entre los que más utiliza las aplicaciones”

Las aplicaciones móviles son herramientas para ser utilizadas en dispositivos inteligentes, con atributos específicos que describen de forma analítica la información requerida o los resultados esperados de un caso en particular, también puede considerarse como un software o programa informático, diseñado para realizar o facilitar una tarea a través de un teléfono inteligente (San Mauro Martín et al, 2014).

René Salazar (SF. Como se citó en Forbes Content, 2022) destacan que

Los clientes de hoy buscan una experiencia móvil, segura, intuitiva y de autogestión. Ya no están interesados en limitarse a los horarios establecidos para realizar sus operaciones, por lo que prefieren contar con canales abiertos que les permitan realizar transacciones, pagos, consultar saldos y disponer de otros servicios financieros

Problema

Derivado de las disposiciones contenidas en las NIF que regulan los rubros particulares a través de la reglas de presentación, revelación y valuación, así como las disposiciones contenidas en la LISR, se presenta la dificultad de interpretar, comprender y analizar las normas y disposiciones por el empleo de tecnicismo que se emplea en su contenido, requiere de un nivel de especialización de un experto para su aplicación, los sistemas que contiene la ley no son comprensibles para su desarrollo, el desconocimiento de procesos o procedimientos relacionados con el

costo de producción de lo vendido para los usuarios encargados de conocer y determinar este rubro al no estar relacionados o actualizados con la determinación del costo provoca que el desarrollo de la temática genere dudas que conlleven a una falsedad en el resultado y a una mala aplicación de la normatividad y las disposiciones antes descritas.

Método de desarrollo de la app

Para el desarrollo de la aplicación móvil financiera y fiscal se consideró la guía de la norma 13407, la cual establece los procesos para el desarrollo y creación de la aplicación móvil, Lorés, et al, (2002 como se citó en Toledo Toledo et al, 2018) definen al DCU como una metodología de diseño de software para desarrolladores y diseñadores que emerge de la IHC, ayudando esencialmente a construir aplicaciones que conozcan las necesidades de sus usuarios finales; la norma ISO lo considera como “un método iterativo donde se enfatiza involucrar de forma activa al usuario y el entendimiento claro de los requerimientos de la tarea y el usuario” (AENOR, 2000); en esta norma se especifican cuatro etapas o actividades principales, en la primera etapa se establece la comprensión y especificación del contexto del uso, se inicia con la identificación de la empresa (el tipo de organización, su actividad preponderante), tareas (que necesita hacer la aplicación) y el contexto (el área de aplicación y usos que se le dará); en esta etapa se ha identificado el perfil del usuario; la necesidad que tiene el empresario es obtener información sobre costo de producción de lo vendido, dato que es importante para establecer el precio de venta del producto que pondrá en manos del consumidor para su consumo; en el proceso de la investigación al identificarse las necesidades del usuario sobre estas partidas se fundamentó con la teoría normativa contenida en la NIF A3 que especifica el CINIF, (2022), establece que la utilidad de la información financiera es proporcionar información confiable comparable, y relevante, a través de la aplicación del reconocimiento inicial y posterior de los rubros que integran al inventario, a través de la aplicación de las reglas de valuación, presentación y revelación de la NIF C4.

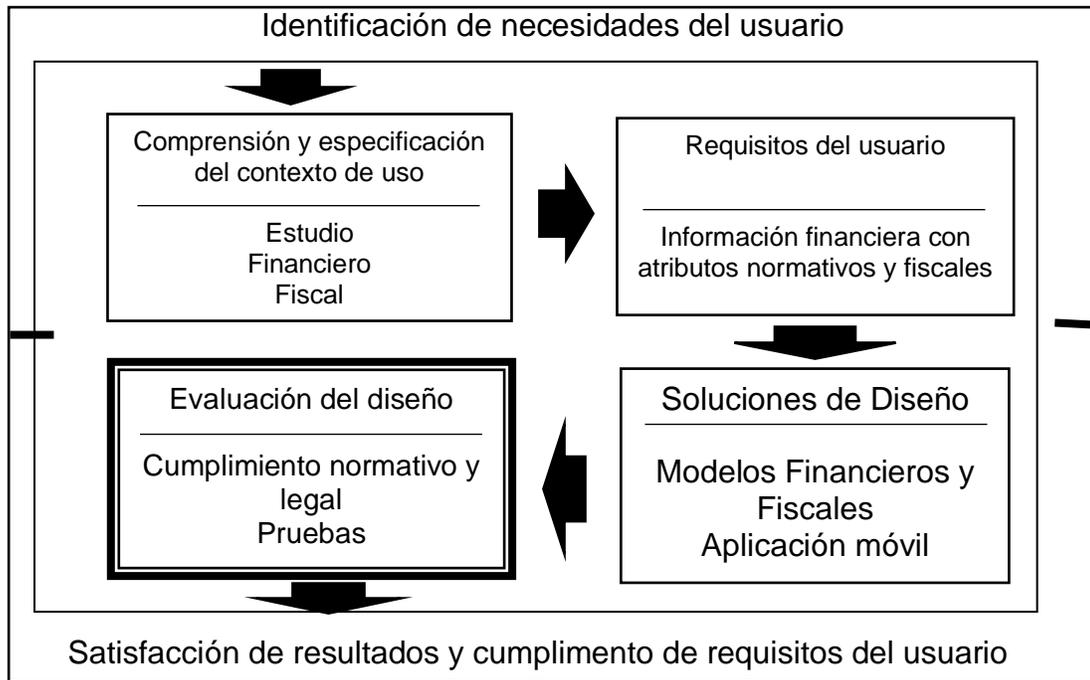
En la segunda fase o etapa se establece la especificación de los requisitos referentes al usuario, son dimensiones importantes que especifican los atributos de la aplicación financiera y fiscal, el cumplimiento de los requisitos establecidos en la normatividad y en legislación para comprender y entender sobre el estado de costo de producción de lo vendido, el comprender en el entendimiento del contenido normativo de las Normas de información financieras como pronunciamientos normativos que regulan el contenido de la información Financiera (NIF A1, A2 (2022), disposiciones que especifican el postulado básico de asociación del costo y gastos con el ingreso, regulan la forma, el orden y el lugar de cada uno de los elementos que conforman al estado financiero.

En la tercera fase o etapa, a partir de las actividades y tareas a realizar en la estructuración de la información financiera, se diseñó la App con base en el método estructural aplicando las disposiciones contenidas en cada una de las NIF's; atendiendo esta fase en el proceso de desarrollo con las reglas establecidas en ley.

En la cuarta fase o etapa se establecen evaluar el diseño con respecto a los requisitos, se califica el procesamiento de datos y la presentación de la información y las posibles acciones que tiene la aplicación para la interacción de los datos, así como, los resultados mostrados, con el propósito de comprobar la satisfacción de usuario y el cumplimiento de la actividad, figura 3.

Figura 3.

Proceso de usabilidad



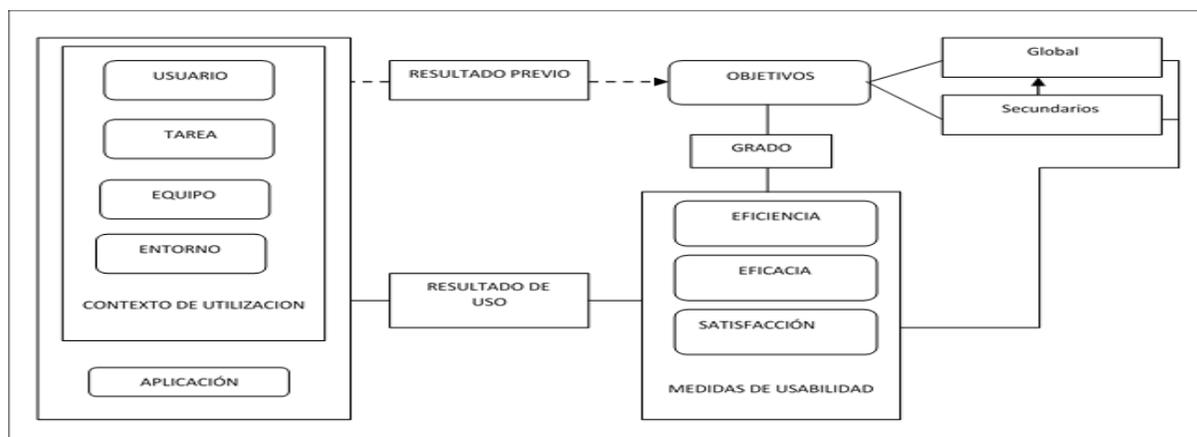
Nota: ISO 13407 (AENOR, 2000)

Para la evaluación de la App se aplicó lo dispuesto en la Norma ISO 9124, la cual establece el procedimiento para medir la usabilidad, con base en la norma se realizó la identificación de los objetivos, se obtuvieron los resultados (eficacia), se mostró los recursos utilizados (eficiencia), y los resultados obtenidos (satisfacción y contextualizar su uso); es indispensable considerar sus componentes y las relaciones establecidas entre ellos.

Para la medición se consideró el uso como variable dependiente la usabilidad y la eficiencia, eficacia y la satisfacción como variables independientes; en el instrumento de evaluación se consideraron los objetivos, los criterios de requerimientos del usuario; se describieron las características del usuario (conocimientos, destreza, experiencia, educación, entrenamiento, atributos físicos, capacidades motoras y sensoriales); se describieron las tareas y atributos de las actividades (frecuencia y duración); en relación al equipo, se especificaron las

características del material, los ejercicios y documentos asociados a la aplicación; entornos, físico (lugar de trabajo) y social (procedimiento de trabajo, estructura de la organización, actitudes del individuos); medidas de usabilidad, se asignó una medida a cada uno de los criterios de eficacia (comparación entre el objetivo general y los objetivos secundarios, con precisión y logro), eficiencia (eficacia-recursos, esfuerzo físico y mental, tiempo y costos) y satisfacción (incomodidad, actitud); la normatividad sugiere que la interpretación de las medidas, no debe considerarse por periodos cortos, puede que los valores no muestren errores sobre los hechos particulares, sugiere medirlos en varios contextos y situaciones reales, lo cual generaría mejores resultados en cada una de las variables independientes que conforman a la usabilidad, de esta manera el usuario logra que las actividades, tareas específicas propias del contexto de aplicación, mejorar la calidad de los procesos y conducirá a una mayor rentabilidad organizacional, figura 4.

Figura 4. Descripción del método



Antes de iniciar el uso de la app en un caso práctico [tabla1], se presenta la aplicación móvil denomina costo de producción de lo vendido, la cual contiene en la pantalla inicial un botón interactivo que al tocarlo informa por medio de voz, la definición de documento financiero-fiscal, así mismo, contiene dos botones el primero para continuar con la elaboración del estado de costo de producción de lo vendido [Figura 5] y el segundo es un botón que activa el glosario, el cual presenta en otra pantalla las definiciones de los diferentes conceptos que están directamente relacionados con el documento financiero- fiscal, esto con el propósito de asociarse

con algunos conceptos técnicos y poder tener mayor noción sobre la elaboración del documento antes comentado.

Tabla 1. *Estructura del estado de costo de producción de lo vendido*

Fórmula	Concepto	Importe \$
	Inventario inicial de materia prima directa	11,650.00
(+)	Compras netas de la materia prima y/o materiales directos	56,340.00
(+)	Gastos de compra de materia prima	1,240.00
(=)	Total de materia prima	57,580.00
(-)	Devoluciones de materia prima	4,850.00
(-)	Rebajas de materia prima	3,650.00
(-)	Bonificaciones de materia prima	0
(=)	Materia prima neta	49,080.00
(=)	Materia prima disponible (Inv. Inicial + MPN)	60,730.00
(-)	Inventario final de materia prima directa	6,850.00
(=)	Materia prima consumida	53,880.00
(+)	Mano de obra	1,250.00
(=)	Costo directo	55,130.00
(+)	Gastos indirectos de producción	1,254.00
(=)	Costo de producción	56,380.00
(+)	Inventario inicial de producción en proceso	1,850.00
(-)	Inventario final de producción en proceso	650
(=)	Costo de producción de artículos terminados	57,584.00
(+)	Inventario inicial de artículos terminados	9,500.00
(-)	Inventario final de artículos terminados	3,650.00
(=)	Costo de producción de lo vendido	63,434.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. *Aplicación móvil inteligente*



Método de la investigación

Esta investigación es descriptiva, explicativa y de corte transversal; derivado de la operacionalización de la investigación se describen las fases o etapas del método, para fundamentar y justificar el cumplimiento del objetivo de la investigación y dar a conocer los resultados sobre el uso de los recursos tecnológicos puestos en práctica que impone la normatividad financiera mexicana:

Primera Fase

En esta etapa se indicó a los usuarios la finalidad de la práctica, el uso y evaluación de la app financiera-fiscal, diseñada para obtener sobre el costo de producción de lo vendido.

Segunda Fase

En esta fase se proporcionó la app a los participantes por medio de bluetooth, WhatsApp, correo electrónico o descargándola de la play store; se solicitó que una vez obtenida, se iniciara el proceso de instalación en sus dispositivos móviles, para continuar con la práctica.

Tercera Fase

En esta fase se les explico el contenido de la app, explicando cada uno de los elementos y conceptos que la estructuran, para los participantes todos los elementos eran de su comprensión se encontraban asociados con los rubros que conforman cada uno de los apartados, ya que ellos son expertos y especialistas en el área.

Cuarta Fase

En esta fase se les solicito a los participantes, utilizar la aplicación para resolver un caso práctico con la temática de estudio a fin de verificar y comprobar que los resultados presentados, sean confiables, reales, verídicos y correctos.

Quinta Fase

En esta fase se les proporciono el instrumento de evaluación con la finalidad de conocer la opinión y precepción sobre la aplicación para generar, presentar, guardar y enviar información.

Resultados

Se comprueba que el procedimiento que se muestra paso a paso para la creación de aplicación móvil “EDOCV”, con características a las necesidades del usuario y apegada a la normatividad financiera y a las leyes fiscales, es una herramienta que procesa la información de forma inmediata, permitiendo observar los datos y las operaciones realizadas para la obtención de los resultados, es una herramienta financiera de utilidad para el empresario donde se observa de forma

analítica el costo de producción, el estado de costo de producción de los artículos terminados y el costo de producción de lo vendido.

El uso de la tecnología en las prácticas financieras y fiscales, mostraron en los resultados que 9 de cada 10 contadores públicos especialistas en la determinación del Costo que usan la tecnología consideran que el dispositivo es eficiente por las disposición que tiene el teléfono inteligente al momento de disponer de la aplicación en la práctica empresarial, por su eficacia del dispositivo móvil al momento del procesamiento de datos y mostrar de manera analítica los resultados y la satisfacción del usuario por auxiliar en el cumplimiento de las obligaciones financieras y tributarias.

Conclusiones

La app financiera y fiscal es excelente para el usuario, debido a la facilidad de operar y obtener la información con base en la norma y la ley, ya que presenta de manera analítica y descriptiva los conceptos y resultados, al ser una herramienta interactiva por la captura de datos por voz, el envío de la información por correo electrónico o los diferentes canales de comunicación como correo electrónico, WhatsApp, mensaje de texto, entre otros, muestra una eficiencia por el uso del dispositivo móvil, por la portabilidad, la seguridad de plasmar datos correctos, mantenerse en ejecución durante su utilización, corrección de datos, fácil de aprender, permite la operabilidad y control de manera sencilla, es atractivo para el usuario, son elementos suficientes para ser considerada como una aplicación de utilidad y ser incorporada en la gestión empresarial.

A los empresarios les interesan aplicaciones móviles que mejoren la eficiencia en la gestión administrativa y tributaria evitando infracciones, sanciones y multas que afecten al patrimonio de la organización, la aplicación móvil es un auxiliar para el empresario es capaz de cubrir una necesidad de manera eficaz, confiable, y oportuna de acuerdo con las necesidades del particular.

La incorporación de este tipo de tecnología en la gestión empresarial a través del dispositivo electrónico le permitirá obtener información veraz y oportuna sobre el costo de producción de lo vendido, podrá validar, comprobar su determinación, cálculo y las existencias en el inventario.

Referencias

- AENOR. (2000). *UNE EN ISO 13407*. Procesos de diseño para sistemas interactivos centrados en el operador humano: <https://books.google.com.mx/books?id=L3cjMQAACAAJ>
- Arellano Cepeda, O., Quispe Fernández, G., Ayaviri Nina, D., & Escobar Mamani, F. (2017). Estudio de la Aplicación del Método de Costos ABC en las Mypes del Ecuador. *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 19(1), 33-46. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18271/ria.2016.253>
- Benítez Hernández , R. (10 de Octubre de 2016). *BBVA*. Aumenta el uso de aplicaciones móviles en México : <https://www.bbva.com/es/aumenta-uso-aplicaciones-moviles-mexico/>
- Cámara de diputados . (12 de Noviembre de 2021). Ley del Impuesto sobre la Renta. México. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LISR.pdf>
- CINIF. (2022). A-3 Necesidades de los usuarios y objetivos de los estados financieros. En *Normas de Información Financiera 2022* (págs. 125-146). Imcp (Instituto Mexicano De Contadores Publicos).
- CINIF. (01 de 01 de 2022). A-5 Elementos básicos de los estados financieros . En *Normas de Información financiera* (pág. 168). Imcp (Instituto Mexicano De Contadores Publicos). C-4 Inventarios.
- CINIF. (2022). NIF C-4 Inventarios. En *Normas de Información financiera* (págs. 725-744). Imcp (Instituto Mexicano De Contadores Publicos).
- Consumo TIC. (13 de Julio de 2021). *Crece en 4.6 millones los usuarios de Apps en México*. Descarga por compra in-app, tiene 16.3 millones de usuarios.: <https://consumotic.mx/tecnologia/crece-en-4-6-millones-los-usuarios-de-apps-en-mexico/>
- Forbes Content. (15 de Marzo de 2022). *Apps móviles y el paradigma de cambio en servicios financieros*. Las soluciones de banca móvil innovadoras son indispensables para que instituciones financieras y retailers brinden experiencias óptimas a sus clientes en México.: <https://www.forbes.com.mx/ad-apps-moviles-paradigma-de-cambio-en-servicios-financieros-fiserv/>
- ICEX España Exportación e Inversiones. (08 de 2021). *México*. México es el principal mercado de aplicaciones móviles en Latinoamérica: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros->

servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/mexico-apps-moviles-new2021887740.html?idPais=MX#

- San Mauro Martín, I., González Fernández, M., & Collado Yurrita, L. (2014). Aplicaciones móviles en nutrición, dietética y hábitos saludables; análisis y consecuencia de una tendencia a la alza. *Nutrición Hospitalaria*, 30(1), 15-24. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.3305/nh.2014.30.1.7398>
- Toledo Toledo, G., Arellano Pimentel, J., Aguilar Acevedo, F., & Molina Rodríguez, E. W. (2018). Aprendizaje Basado en Proyectos Dentro de un Curso Universitario de Interacción Humano Computadora. *Revista electrónica de Computación, Informática, Biomédica y Electrónica*, 7(2), 65-91. <https://www.redalyc.org/journal/5122/512257487004/html/>

Educación y tecnología: uso de App educativas para el cumplimiento de Objetivos de Desarrollo Sostenible

Dra. Isabel Pérez-Pérez¹; Dra. Silvia Sanz-Blas²; Dra. Daniela Buzova³

Resumen

La tecnología se convierte en un aliado imprescindible para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, permitiendo, junto con la educación, un sinnúmero de mejoras y posibilidades de cara a una sociedad mejor formada y más competente en la realización de tareas y toma de decisiones. Nuestro proyecto en curso combina tecnología y enseñanza universitaria, implementando nuevos métodos de enseñanza universitaria basados en el aprendizaje móvil, lo que permite dotar de mayor calidad al proceso de enseñanza y aprendizaje y dar cumplimiento, en parte, al ODS4. Y tiene como objetivo conocer las percepciones, actitudes y comportamientos hacia el uso de aplicaciones móviles en la enseñanza universitaria en España y México. La metodología es cualitativa y cuantitativa que permite obtener información válida por medio de la observación en las aulas y posteriormente aplicar cuestionarios a los estudiantes universitarios. El resultado integra metodologías activas y participativas de aprendizaje, enmarcándose en la línea estratégica de metodologías educativas innovadoras.

Palabras claves: App educativa, enseñanza, ODS, socrative, tecnología.

¹ isabel.perez@unach.mx. Escuela de Ciencias Administrativas Istmo Costa, Campus IX Tonalá, Universidad Autónoma de Chiapas, México. 9661045759

² silvia.sanz@uv.es. Universidad de Valencia, Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de Economía. Avenida de los naranjos s/n, 46022 Valencia (España) (+34963828312).

³ daniela.buzova@uv.es. Universidad de Valencia, Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de Economía. Avenida de los naranjos s/n, 46022 Valencia (España) (+34963828312).

Introducción

Promover el cumplimiento de las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) requiere de un abordaje centrado en las personas, identificando posibles barreras para el desarrollo sostenible, así como sus oportunidades, muchas de las cuales pueden generarse a partir de enfoques transformadores en el campo de la educación y la tecnología (Naciones Unidas, 2015).

La tecnología se convierte así en un aliado imprescindible para el cumplimiento de los ODS permitiendo, junto con la educación, un sinnúmero de mejoras y posibilidades de cara a una sociedad mejor formada y más competente en la realización de tareas y toma de decisiones (Agut y Del Pilar, 2015).

Por lo que se plantean las siguientes interrogantes de investigación:

¿Cómo puede la tecnología, en relación con la educación, influir en la Agenda 2030?:

Resultados esperados durante el curso lectivo con las acciones que se están realizando actualmente:

1. Promoviendo el acceso a información de calidad, lo que ayudará a la toma de decisiones óptimas relacionadas con el mundo empresarial, así como a una mejor gestión de los recursos disponibles.
2. Facilitando el análisis y la recolección de datos (Big data), ya que la mayoría de los proyectos relacionados con los ODS exigen de un tratamiento avanzado de datos para asegurar su cumplimiento.
3. Favoreciendo nuevos métodos innovadores de enseñanza que hacen accesible la información y facilitan el proceso de enseñanza-aprendizaje.
3. Desarrollando nuevos modelos de realidad, ya que, por ejemplo, a través de la realidad virtual y la realidad aumentada se pueden crear experiencias de inmersión laboral, sirviendo de puente entre la escuela y el lugar de trabajo.
4. Ofreciendo productos y servicios adaptados a las necesidades específicas del proceso educativo, mediante, por ejemplo, el diseño de app educativas que faciliten la labor de enseñanza y el proceso de aprendizaje.

Nuestro proyecto en curso combina la tecnología y la enseñanza

universitaria, e implementa nuevos métodos de enseñanza universitaria basados en el aprendizaje móvil (uso de app educativas principalmente), con objeto de fortalecer el aprendizaje habitual, mejorar las competencias de los estudiantes y el trabajo educativo del profesor, y promover un aprendizaje autónomo en relación con el avance de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Delgado, 2019; Senaratne et al., 2019).

Este proyecto se desarrolla en dos universidades de dos países distintos: Universidad de Valencia y Universidad Autónoma de Chiapas y, en una primera fase, plantea como objetivo conocer las percepciones, actitudes y comportamientos hacia el uso de aplicaciones móviles en la enseñanza universitaria en ambos países.

Por lo que, en la sección siguiente se presenten las herramientas y recursos a utilizar en el salón de clase en el semestre actual agosto-diciembre 2022. En el punto tres, se plantean las asignaturas implicadas en la Universidad de Valencia y en la Escuela de Ciencias Administrativas Istmo Costa, Campus IX de la Universidad Autónoma de Chiapas. Para continuar con el punto cuatro donde se abordan objetivos y competencias a desarrollar. Seguidamente en la sección cinco se mencionan los resultados esperados. Para concluir con la sección seis y siete donde se visualiza el impacto del proyecto en la universidad en sus asignaturas en Valencia y Chiapas y finalmente las conclusiones del estudio.

Herramientas y recursos a utilizar

Se implementará el uso de la aplicación móvil Socrative y, adicionalmente, de algunas utilidades del móvil, como la grabación o whatsapp. Socrative es un gestor de la participación de los estudiantes en el aula en tiempo real. Permite realizar test, evaluaciones, actividades, etc., pudiendo el docente manejar todos los datos. El nombre de la aplicación deriva del método socrático, el cual está fundamentado en un sistema de respuesta inteligente con el que el docente puede plantear preguntas sobre el tema de estudio.

Socrative tiene una app específica para el docente y otra para el alumno. Se caracteriza por su sencillo funcionamiento, y ayuda además a adaptar las clases al

nivel del alumnado, pudiendo de ese modo ser accesible por diversos colectivos (Forteza, 2020).

Su implementación es todavía muy reciente, pero ya existen algunos trabajos previos, como el de Frías et al. (2016); Balta y Güvercin (2016); Narbón-Perpiñá y Peiró-Palomino (2018), que detallan experiencias docentes con su uso y destacan efectos claramente positivos de su utilización en las aulas universitarias.

Entre las características que definen a la app se pueden mencionar (Forteza, 2020 y Guevara, 2020):

- Está formada por la sección de estudiantes y la sección de profesores.
- Le brinda al profesor la oportunidad de conocer cómo va la clase, ya sea de forma presencial o virtual.
- Los cuestionarios se pueden realizar antes o después de la clase, para conocer el nivel de conocimiento de los estudiantes o para saber si entendieron la explicación.
- El profesor puede realizar fácilmente y de forma interactiva evaluación continua.
- Debido a que los cuestionarios tienen un formato amigable y son interactivos, les brinda a los alumnos motivación para responder.
- Se puede utilizar a través de dispositivos móviles.
- Permite realizar distintos tipos de quiz, entre los que destacan: selección múltiple, preguntas de verdadero y falso, así como de opinión.
- Con los quiz de verdadero o falso el docente puede evaluar la comprensión lectora del estudiante.
- Le da la oportunidad al docente de realizar evaluaciones individuales o grupales.

Metodología.

En este proyecto, se hará uso de los Quiz (cuestionarios), respondiendo los alumnos en tiempo real a través de sus dispositivos. El profesor visualizará los

resultados en directo y los revisará posteriormente en los reportes que almacena Socrative. En los cuestionarios se utilizarán preguntas de respuesta múltiple, preguntas cortas y/o de verdadero o falso. El uso de esta aplicación permitirá llevar a cabo una evaluación continua de los conocimientos adquiridos por los estudiantes, además de servir de herramienta de motivación y participación del estudiante (feed-back inmediato) (Forteza, 2020; Jenó et al., 2019).

Adicionalmente, se pretende fomentar el aprendizaje mediante juegos/competición (carrera espacial), otro sistema cuya eficacia ha sido comprobada por numerosos autores como, por ejemplo, Hierro et al. (2014); Narbón-Perpiñá y Peiró-Palomino, (2018).

El funcionamiento de la carrera espacial, que se proyecta para toda la clase, es el siguiente. Cada alumno está representado por un icono (naves espaciales). Los nombres de los alumnos no aparecen, únicamente aparece el color de su nave espacial, asignado de manera automática. Por tanto, la prueba es anónima y solo ellos saben quiénes son, sin posibilidad de identificar al resto de compañeros. Sin embargo, el profesor sí que conoce el nombre de cada alumno. Una vez empieza la carrera, cada pregunta acertada hace que la nave se desplace hacia adelante, mientras que si la respuesta es errónea la nave permanece estática (Narbón-Perpiñá y Peiró-Palomino, 2018).

El uso de Socrative permitirá (Forteza, 2020):

- (1) repasar conceptos relacionados con los temas teóricos vistos en clase;
- (2) formular preguntas de verdadero o falso para evaluar la comprensión lectora de un enunciado, no solo de un conocimiento concreto;
- (3) formular preguntas breves a los estudiantes para que expresen su opinión ante un tema de debate;
- (4) desarrollar y trabajar la identidad digital, el respeto a los demás en los comentarios, la privacidad, uso responsable del anonimato, etc.;
- (5) hacer rankings que puedan ser utilizados como motivación o enganche para que los estudiantes se esfuercen más en cada tarea.

Así, gracias al uso de aplicaciones móviles de enseñanza, entre ellas Socrative, va a ser posible (Forteza, 2020; López et al., 2019):

- (1) Feedback instantáneo, ya que en pocos segundos es posible conocer cómo está yendo la clase ya sea física o virtual;
- (2) Evaluación previa, ya que los quiz o cuestionarios pueden ser utilizados antes de clase para conocer de dónde se parte, entender si los estudiantes han revisado algún material y lo han entendido, etc.;
- (3) Evaluación continua, ya que se puede conocer de forma reiterada a lo largo de la clase o del curso los conocimientos de la clase;
- (4) Motivación, ya que el uso de estos dispositivos que usa de manera habitual el estudiante facilita la motivación extra para responder;
- (5) Participación, ya que pueden compartir conocimiento, sea cual sea sus capacidades de comunicación.

De forma complementaria al uso de la app educativa, también se hará uso del móvil para completar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Concretamente, su utilización se asociará a las asignaturas prácticas impartidas por algunos de los profesores que participan en el proyecto, siendo una herramienta que permitirá la búsqueda de información útil y de calidad en las fases iniciales del trabajo, la comunicación entre el equipo de trabajo (grupos de whatsapp) y la grabación de las exposiciones de los trabajos.

Al finalizar el curso, los estudiantes cumplimentarán un breve cuestionario que permitirá una primera aproximación a sus percepciones, actitudes y comportamientos hacia el uso del móvil y aplicaciones móviles en el aula.

Asignaturas implicadas en el proyecto

Como se ha comentado anteriormente, el proyecto va dirigido a estudiantes de Grado y Postgrado.

En relación al Postgrado, en la Universidad de Valencia participarán un total de 80 estudiantes del Máster en Marketing e Investigación de Mercados (MIM), una titulación clave en la Facultad de Economía tanto por el número de estudiantes que lo cursan, como por el carácter internacional del mismo.

En el Máster MIM, las asignaturas implicadas pertenecen a la troncalidad y a la especialidad en Comunicación (Dirección publicitaria y Comunicación Promocional):

- a) Diseño de Marketing Operativo en el lanzamiento de un nuevo producto (80 alumnos - 2 grupos, 1º semestre);
- b) Dirección publicitaria (40 alumnos- 1 grupo, 2º semestre);
- b) Comunicación Promocional (40 alumnos- 1 grupo, 2º semestre).

En relación al Grado, pretendemos implicar a titulaciones como: ADE y Turismo. Concretamente, participarán 150 estudiantes del Grado en ADE y Turismo. Las asignaturas implicadas pertenecen a la troncalidad y a la optativas serán las siguientes:

- a) Estrategia de Marketing (70 alumnos - 1 grupo, 1º semestre);
- b) Promoción de Organizaciones Turísticas (70 alumnos - 1 grupo, 1º semestre);
- c) Comunicación de Marketing (100 alumnos- 2 grupos, 2º semestre).

Además, participarán en el proyecto más de 100 alumnos de la Licenciatura en Administración, pertenecientes a la Universidad Autónoma de Chiapas (México). En concreto, serán estudiantes que cursen las siguientes asignaturas:

- a) Teoría y Proceso Administrativo (35 alumnos-2 grupos, 1º semestre)
- b) Fundamentos de la Administración (23 alumnos-1 grupo, 1º semestre).
- c) Metodología y Prácticas de la Investigación (15 alumnos- 1 grupo, 2º semestre);
- d) Proceso Administrativo (15 alumnos-1 grupo, 2º semestre);
- d) Análisis y Diseño de Sistemas de Información de MKT (30 alumnos- 1 grupo, 5º semestre).

Objetivos y competencias a desarrollar

El proyecto que se está implementando a lo largo del presente curso académico permitirá desarrollar estrategias metodológicas a partir del aprendizaje móvil, fortaleciendo así el aprendizaje habitual del estudiante, mejorando sus competencias y promoviendo un aprendizaje autónomo en relación con el avance de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Más concretamente, en relación a los estudiantes participantes, el proyecto permitirá el cumplimiento de los siguientes objetivos:

- uso de nuevas metodologías activas y participativas (diferentes al Kahoot);
- mejora del aprendizaje percibido;
- mejora del rendimiento académico;
- mayor implicación con la materia estudiada.

A nivel de profesorado, el proyecto también permitirá que se alcancen los siguientes objetivos:

- implementar nuevas metodologías educativas innovadoras en el aula;
- reforzar el proceso de enseñanza y aprendizaje, sin importar las limitaciones del tiempo y espacio;
- mejorar la dinamización del aula;
- mejorar las prácticas docentes;
- desarrollar líneas de investigación relacionadas con la docencia.

Las competencias que desarrollará la práctica docente innovadora en el alumnado serán las siguientes:

- Mejora del rendimiento de los estudiantes en las asignaturas debido a una mayor implicación y participación en el aula.
- Mejora de la relación estudiante-profesor.
- Mejora de las competencias vinculadas al trabajo individual y a la toma de decisiones.

- Capacidad de análisis de la información y aplicación de conocimientos aprendidos.
- Mejora de la satisfacción de los estudiantes con las asignaturas en las que se ha implantado.

Resultados esperados

Esperamos que la implantación de metodologías activas y participativas de aprendizaje sean acogidas de forma positiva por los estudiantes universitarios.

El proyecto va a permitir desarrollar una primera fase más cualitativa donde los alumnos participarán en las dinámicas de grupos organizadas por los profesores de las asignaturas, lo que permitirá obtener información muy valiosa sobre la integración y utilidad de esta tecnología/herramienta (Socrative) en la enseñanza y que, sin duda, es de gran valor para la confección de un amplio cuestionario a implementar en los próximos cursos.

Esperamos que los estudiantes muestren actitudes positivas hacia el uso del móvil en el aula, percibiéndose útil para el desempeño de sus tareas y mostrando interés en su integración en algunas de las materias estudiadas.

Impacto del proyecto en la universidad, centros, títulos, asignaturas, profesorado, alumnado...

A nivel de Universidad, centros, títulos y asignaturas, la implementación del proyecto supondrá:

- una renovación docente de las enseñanzas universitarias;
- mejora de la calidad docente;
- una coordinación docente continua y estable;
- mejora de los aprendizajes de los alumnos,
- mejora de las relaciones estudiante-profesor, y

- reconocimiento de la actuación de los docentes implicados en los proyectos que promueve.

A nivel de estudiantes supondrá:

- mejora del rendimiento académico;
- mejora del aprendizaje percibido;
- mayor implicación con la materia estudiada;
- mejora de la participación y motivación del estudiante;
- mejora de la satisfacción con la asignatura cursada.

A nivel profesorado supondrá:

- implementación de nuevas metodologías educativas innovadoras en el aula;
- refuerzo del proceso de enseñanza y aprendizaje;
- mejora de la dinamización del aula;
- mejora de las prácticas docentes;
- desarrollo de líneas de investigación relacionadas con la docencia.

Adicionalmente, el proyecto impactará en la cultura de aprendizaje tanto de profesores como de estudiantes.

Conclusiones y posibilidades de generalización de la experiencia

EL proyecto integra metodologías activas y participativas de aprendizaje, enmarcándose en la línea estratégica de metodologías educativas innovadoras y formando parte del Objetivo de Desarrollo Sostenible número 4: Educación y calidad.

La implementación del proyecto está permitiendo desarrollar estrategias metodológicas a partir del uso del móvil y de aplicaciones móviles (Socrative, redes sociales, grabación, Dropbox...), fortaleciendo así el aprendizaje habitual, mejorando las competencias de los estudiantes y el trabajo educativo del profesor, y promoviendo un aprendizaje autónomo en relación con el avance de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Por lo qué, se está comprobando, al igual que en estudios previos (Al-Emran et al., 2016; Al-Emran et al., 2018; Buabeng-Andoh, 2020; Cabaleiro-Cerviño y Vera, 2020; Narbón-Perpiñá y Peiró-Palomino, 2018; Qashou, 2021), que usar dispositivos tecnológicos en las clases e incorporar nuevas metodologías basadas en la innovación tecnológico-pedagógica es un aliciente para los alumnos, incentivando así su interés y participación en el aula.

La integración de la tecnología móvil y de las apps educativas está permitiendo, sin duda, mejorar la calidad de los procesos de enseñanza-aprendizaje. Más concretamente, una mejora importante de la interacción y comunicación profesor-estudiante, beneficios que los estudiantes podrán destacar de su uso: (1) la mejora del rendimiento académico; (2) la mejora del aprendizaje percibido; (3) la mayor implicación con la materia estudiada; (4) la mejora de la participación y motivación; y (5) la mejora de la satisfacción con la asignatura. Nuestra principal prioridad, teniendo en cuenta el ODS4, es mejorar la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje en las universidades españolas y mexicanas.

Este proyecto ha permitido ampliar las metodologías docentes implementadas actualmente en el aula, apoyando a los profesores en su labor docente y mejorando sus prácticas de enseñanza, tanto dentro como fuera del aula.

La experiencia derivada de la aplicabilidad del proyecto nos ha llevado a seguir trabajando en la adecuación de estas tecnologías en el aula, ampliando sus usos y asignaturas docentes en futuros cursos académicos.

Referencias

- Agut, M. D. P. M., & Del Pilar, M. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS, 2015-2030) y Agenda de Desarrollo post 2015 a partir de los objetivos de desarrollo del milenio (2000-2015)*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Al-Emran, M., Elsherif, H. M., & Shaalan, K. (2016). Investigating attitudes towards the use of mobile learning in higher education. *Computers in Human Behavior*, 56, 93-102.
- Al-Emran, M., Mezhuyev, V., & Kamaludin, A. (2018). Technology Acceptance Model in M-learning context: A systematic review. *Computers & Education*, 125, 389-412.
- Almaiah, M. A. & Alismaiel, O. A. (2019). Examination of factors influencing the use of mobile learning system: An empirical study. *Education and Information Technologies*, 24(1), 885-909.
- Balta, N. y S. Güvercin (2016): "Increasing undergraduate students' exam performances in statistics course using software Socrative", *The Turkish Online Journal of Educational Technology - Special Issue for IETC, ITEC, IDEC, ITICAM 2016*, pgs. 314-321.
- Buabeng-Andoh, C. (2021). Exploring University students' intention to use mobile learning: A research model approach. *Education and Information Technologies*, 26(1), 241-256.
- Cabaleiro-Cerviño, G., & Vera, C. (2020). The Impact of Educational Technologies in Higher Education. *GIST-Education and Learning Research Journal*, 20, 155-169.
- Delgado, R. Z. (2019). El M-Learning, las ventajas de la utilización de dispositivos móviles en el proceso autónomo de aprendizaje. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 4(3), 29-38.
- Forteza, M. A. (2020). Socrative. Observatorio de tecnología educativa nº 14. Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF). Ministerio de Educación y Formación Profesional. Disponible en: https://intef.es/observatorio_tecno/socrative-evaluacion/
- Frías, M.V., Arce, C., & Flores-Morales, P. (2016). Uso de la plataforma socrative.com para alumnos de Química General. *Educación Química*, 27, 59-66.
- Guerrero, D. F., Sesma, M. G. F., & Arroyo, M. Á. R. (2017). La modalidad educativa Mobile Learning como facilitador del pensamiento crítico en la educación superior. In *Congreso Universidad* (Vol. 6, No. 6).
- Guevara, a (2020). Socrative: tu app para la evaluación. Disponible en: <https://ined21.com/socrative/>
- Hierro, L.A., Atienza, P., & Pérez, J.L. (2014): "Una experiencia de aprendizaje

- universitario mediante juegos de torneo en clase”. *Revista de Docencia Universitaria*, 12(4), 415-436.
- Jeno, L. M., Adachi, P. J., Grytnes, J. A., Vandvik, V., & Deci, E. L. (2019). The effects of m-learning on motivation, achievement and well-being: A Self-Determination Theory approach. *British Journal of Educational Technology*, 50(2), 669-683.
- López, J. B., Sánchez, E. R. V., Hernández, J. A. D., & Zink, A. A. (2019). Implicaciones didácticas del m-learning en el aula: Un caso de estudio en el aprendizaje de Biología. En *Congreso Internacional de Tecnologías en la Educación* [GKA EDUTECH 2020].
- Naciones Unidas (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Narbón-Perpiñá, I., & Peiró-Palomino, J. (2018). La plataforma Socrative como herramienta de aprendizaje: Un a aplicación a la asignatura Métodos Cuantitativos. *E-Publica: Revista electrónica sobre la enseñanza de la Economía Pública*, 22, 41-50.
- Qashou, A. (2021). Influencing factors in M-learning adoption in higher education. *Education and Information Technologies*, 26(2), 1755-1785.
- Senaratne, S. I., Samarasinghe, S. M., & Jayewardene, G. (2019). Factors affecting the intention to adopt m-learning. *International Business Research*, 12(2), 150-164.

Profesionalización de una mipyme familiar perteneciente al sector hotelero en el municipio de Balancán, Tabasco

Dra. Kenia Landero Valenzuela¹; Dra. Yhadira Huicab García

Resumen

Dentro de una organización existen diversas áreas en las que deben trabajarse para lograr resultados positivos en la misma, para ello, es importante que la empresa tenga perfectamente cimentadas las bases bajo las cuales se va a regir y tome conciencia de los factores sustanciales que se presentan dentro del entorno en el que se desarrollan, hoy ante un medio cambiante los directivos deben ser capaces de motivar e inspirar a los trabajadores, de mostrar el talento, creando empresas altamente disciplinadas y competitivas que consiguen un ambiente operativo idóneo de forma que se pueda trabajar con libertad, pero sin perder de vista la responsabilidad implícita. Es por ello que esta disertación a través de la profesionalización permite dar continuidad a esta empresa familiar y permitirle dirigirse en un ambiente operativo que cuente con un dialogo estructurado y cimentado entre dueños y trabajadores a fin de mejorar el servicio; así como incrementarlo.

Palabras claves: Microempresas, empresa familiar, profesionalización, hotelería.

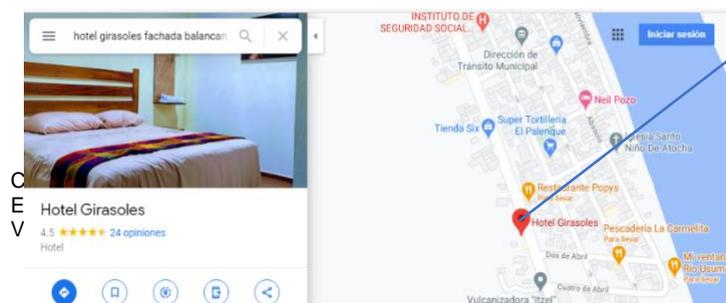
¹ Doctora en Administración, perteneciente a la academia de la Licenciatura en Administración con 15 años en la docencia, landeros_keny@hotmail.com, celular 9341051112, Tecnológico Nacional de México campus de los Ríos.

Introducción

En la actualidad, las empresas se desenvuelven en un entorno de constante incertidumbre debido a los constantes cambios y competencia; en el caso del sector hotelero el municipio de Balancán cuenta con 7 hoteles en la cabecera municipal; derivado del proyecto federal del Tren Maya; el municipio ha visualizado algunas carencias en infraestructura y en el fortalecimiento al sector servicios en la cuestión turística por ello los hoteles requieren de estrategias de mejoras y en su caso de la profesionalización a fin de proporcionarles los aspectos necesarios a mejorar para incrementar su competitividad, permanencia en el mercado y sostenibilidad para las siguientes generaciones.

El Hotel Girasoles que es el objeto de estudio es una mi pyme de reciente creación tiene sus orígenes en el año 2019, teniendo su ubicación de operaciones en calle Av. Luis Donaldo Colosio s/n, Col. El Palenque, en la cabecera municipal de Balancán, Tabasco; Balancán es un municipio del estado mexicano de Tabasco, localizado en la región del río Usumacinta y en la subregión de los Ríos. Su cabecera municipal es la ciudad de Balancán de Domínguez y estación constituida, además, por 48 ejidos, 38 rancherías, 6 poblados, 3 colonias rurales y 2 villas.

Su extensión es de 3 626.10 km², los cuales corresponden al 14.81% del total del estado; esto coloca al municipio en el segundo lugar en extensión territorial. Colinda al norte con el estado de Campeche, al este limita con el estado de Campeche y la República de Guatemala, al sur con los municipios de Tenosique y Emiliano Zapata y al oeste con el municipio de Emiliano Zapata y el estado de Campeche.



*Figura 1. Microlocalización del hotel Girasoles
Fuente: Propia*

El hotel surge por iniciativa de la familia Alonso Qué, quienes deciden aperturarlo pero el cual no sólo prestaría los servicios de hospedaje, sino de alimentos y bebidas a través del restaurant, ya que los hoteles de la cabecera municipal carecen de ese servicio, siendo una empresa reciente carece de elementos importantes para desempeñarse como tal por ello se hace necesario la profesionalización de la misma ya que es de vital importancia que la empresa se encuentre alineada a objetivos, metas y tenga diseñados manuales de organización, procedimientos y protocolos internos, organigrama, descripción de puestos, es que le permitan operar con calidad el servicio.

Referentes teóricos

El profesor Ángel Meroño define profesionalización como la disposición de directivos y sistemas de gestión que permitan las decisiones y el funcionamiento más eficaz y eficiente, y que es independiente de la pertenencia a la propiedad familiar. (Meroño, 2009).

Según el diccionario de la Real Academia Española vigésima segunda edición define “profesionalización” como dar carácter de profesión a una actividad, convertir a un aficionado en profesional, la palabra profesional se define como una persona que ejerce una profesión, la profesión es empleo, facultad u oficio que alguien ejerce y por el que recibe una retribución.

La profesionalización de la mipyme Hotel Girasoles en Balancán, Tabasco permitirá dar una estructura a la organización para que alcance sus objetivos y estrategias. La estructura representa la interrelación entre los órganos y las tareas dentro de una organización, y es doblemente dependiente: hacia fuera, depende de la estrategia que se ha definido para alcanzar los objetivos globales, y dentro de la organización depende de la tecnología que utiliza.

El diseño organizacional es complejo debido a la existencia de muchos puestos y unidades cuya integración y coordinación exige mucho más que la simple acumulación o unión de puestos o unidades; en el caso de esta mipyme por su tamaño es un tanto sencillo. Las relaciones entre los puestos de una organización deben tomar en cuenta que cada uno está vinculado con otros. Cada puesto funciona como un sistema propio que interactúa con los demás. Aunque con frecuencia las organizaciones son descritas como conjuntos de personas que se agrupan para perseguir un objetivo común, en realidad son mucho más que eso. También son conjuntos complejos de funciones, relaciones y responsabilidades que no siempre están claramente definidos ni delimitados.

En la profesionalización de la mipyme Hotel Girasoles en Balancán, Tabasco se pueden aplicar innumerables opciones las cuales involucra aspectos centrales, por ejemplo, cómo dividir el trabajo y asignarlo a distintos puestos, grupos, unidades y departamentos, y cómo lograr la coordinación necesaria para alcanzar en forma sincronizada los objetivos de la organización estas decisiones generalmente se dan a conocer mediante organigramas y descripciones de puestos, tomando en cuenta las siguientes variables:

1. Factores ambientales: la misión de la organización, su visión, estrategia, entorno (macro y micro), tecnología utilizada y grupos de interés involucrados.
2. Dimensiones anatómicas de la organización: tamaño, configuración, dispersión geográfica de las unidades y de combinaciones entre ellas.

3. Aspectos de las operaciones: autoridad, procesos, tareas y actividades cotidianas, y controles.
4. Consecuencias conductuales: desempeño, satisfacción, rotación, conflicto, ansiedad y pautas informales de las relaciones en el trabajo.

Otro factor importante en la profesionalización es el tamaño de la organización (número de personas, cantidad de recursos, arquitectura y operaciones) ya que determina su diseño.

Las organizaciones pueden clasificarse como grandes, medianas, pequeñas y micro. El incremento de tamaño casi siempre es resultado del éxito de la organización y se mide con base en el número de trabajadores; de igual forma el comportamiento organizacional es otro factor que se refiere al estudio de las personas y los grupos que actúan en las organizaciones. Se ocupa de la influencia que todos ellos ejercen en las organizaciones y de la influencia que las organizaciones ejercen en ellos. En otras palabras, retrata la continua interacción y la influencia recíproca entre las personas y las organizaciones. Es un importante campo de conocimiento para toda persona que deba tratar con organizaciones, ya sea para crear otras o cambiar las existentes, para trabajar o invertir en ellas o, lo más importante, para dirigir las, incluye temas como normas, funciones, formación de equipos y manejo de conflictos.

La estructura organizacional juega un papel importante ya que determina un grupo de mando. Este grupo está compuesto por los subordinados que reportan directamente a un jefe determinado. Los grupos de trabajo, que también están determinados por la organización, representan a aquellas personas que trabajan juntas para terminar una tarea, esto facilita el desenvolvimiento de los trabajadores y que cada quien se ocupe de sus funciones a fin de lograr sinergia en la organización.

Hay otros aspectos importantes dentro de las organizaciones y que les permiten

crecer y consolidarse como el caso de crear un ambiente laborable sano; para ello hay factores esenciales para fomentar y cuidar el desarrollo de un clima laboral adecuado como las condiciones físicas, la independencia que mide el grado de autonomía de las personas en la ejecución de sus tareas habituales la cual favorece el buen clima, implicación, igualdad, relaciones con respeto, la manera de comunicarse unos con otro, la colaboración o falta de compañerismo, la confianza todo ello son aspecto de suma importancia, la motivación, el reconocimiento, las remuneraciones y la organización hacen referencia a la existencia de métodos operativos eficientes que permitan a la organización crecer, mantenerse y consolidarse (Díaz et al, 2012).

Problema

El hotel Girasoles, tiene relativamente poco tiempo de haber abierto sus puertas al público. Durante este periodo, ha obtenido una buena aceptación y satisfacción por parte de los clientes que lo han visitado, sin embargo, ha surgido la necesidad de diseñar su estructura administrativa, a fin de alinear objetivos, metas a la visión y misión del mismo, de igual forma con la estandarización en su procesos, descripción de puestos, etc. necesarios para ofrecer un mejor servicio, al analizar a detalle a la empresa la organización al tener una estructura correctamente diseñada le permitirá una perspectiva más amplia del entorno en el que se desenvuelve, así como los factores que la afectan y determinar las acciones o estrategias acorde a sus necesidades y alineadas a los objetivos y metas establecidas, es decir, poderle brindar a la empresa la ruta o dirección a seguir para la realización de sus actividades.

Los problemas a resolver son los siguientes:

- Diseño de misión, visión y valores
- Elaboración de la descripción de puestos
- Elaboración de la Estructura Organizacional
- Diseño de estrategias de mejora para efficientar el servicio en el hotel Girasoles.

Por lo anterior la investigación tiene los siguientes objetivos:

Objetivo General

Profesionalizar el hotel Girasoles con el propósito de alinear los objetivos empresariales y familiares que permitan decisiones y un funcionamiento más eficaz y eficiente.

Objetivos específicos

- Establecer los fundamentos teóricos a partir del análisis de las teorías, referentes a la investigación.
- Diseñar la misión, visión y valores acorde a los objetivos y propósitos de la organización.
- Diseñar puestos para una mejor operación en la empresa.
- Diseñar estrategias eficaces en base al análisis de necesidades a fin de hacer propuestas de mejora y planes de acción.

Método

Esta investigación es de tipo cuantitativa, descriptiva. Su utilización viene justificada en este caso por la necesidad de analizar la situación actual de la microempresa del sector hotelero en el municipio de Balancán Tabasco. Las técnicas utilizadas fueron: la observación, la entrevista y la documentación. La investigación bibliográfica se realizó mediante libros, artículos de internet y revistas. Investigación de campo utilizando como técnica de recolección de información la revisión de archivos, la observación, la entrevista y la encuesta, dirigida al dueño y a los empleados.

En función de si la empresa cuenta con los siguiente:

No.	Actividad o función	1	2	3	4	5
1	La organización cuenta con un diagrama debidamente establecido					

2	La empresa cuenta con la descripción de puestos y funciones por escrito					
3	Existen dentro de la organización manuales de políticas y procedimientos					
4	Frecuentemente se realizan reuniones de trabajo					
5	Los empleados al ingresar a la empresa reciben capacitación					
6	Todos los empleados tienen la posibilidad de alcanzar promociones o ascensos.					
7	Las metas de la organización están claramente definidas					
8	Existe comunicación entre los diversos miembros de la empresa sin importar su cargo					
9	Se capacita frecuentemente a los empleados					
10	El desempeño de los empleados se mide en función de objetivos cuantificables					
11	Se realizan revisiones frecuentemente					
12	Se mide la satisfacción del cliente					
13	La empresa lleva a cabo estrategias para afianzar la confianza y lealtad de sus clientes					
14	La empresa conoce la tendencia del mercado en el giro en el que compete					
15	La empresa cuenta con publicidad y promoción					
16	Los empleados utilizan ropa distintiva para la identidad en la organización					
17	Se evalúan de manera frecuente los resultados de la empresa					

Tabla 1. Variables de estudio

Fuente: Luna, X.A. (2017) Trabajo Profesional “Importancia de la Profesionalización empresarial en una empresa Familiar de Nueva Creación”

Con esto se pretende analizar las variables referentes al ámbito de la administración, recursos humanos, estratégico en la empresa a fin de realizar propuestas en función a las necesidades de la misma.

Resultados

De acuerdo a las variables analizadas se tiene que la empresa como tal no tiene un diagrama y organigrama debidamente establecido, por ende no se tiene la descripción de puestos y carece de manuales de políticas y procedimientos, se realizan reuniones de trabajo de manera esporádica, al ingresar los trabajadores si reciben capacitación más sim embargo no se cuenta con un plan de capacitación, hay una ventaja que los trabajadores entre sí tiene buena relación laboral y hay comunicación entre ellos, utilizan ropa distintiva que los hace sentir parte de la organización; así como se revisan resultados obtenidos en su desempeño de manera no frecuente, realizan promoción y publicidad a nivel local, conocen a sus competidores y de igual manera trabajan en el seguimiento con sus clientes para brindarles un mejor servicio además que cuentan con estrategias para la evaluación del servicio por parte de ellos.

Se realizaron las siguientes acciones:

- Diseño de visión, misión y valores: Se estableció la filosofía organizacional del hotel a fin que los trabajadores realicen sus funciones en base a ello; así como en sentido de identidad de la misma.

Misión

En el Hotel Girasoles estamos comprometidos que cada uno de nuestros CONCIERGE es responsable de brindar a nuestros CLIENTES un servicio amable, cálido y personalizado, así como resolver cada una de sus necesidades, generando momentos inolvidables y experiencias únicas.

Visión

Ser el mejor hotel de la región, generando servicios de calidad y con ello rentabilidad económica, operando, administrando y comercializando de forma responsable, respetuosa con sus accionistas, directivos y colaboradores, así como con el medio ambiente, Hotel Girasoles.

Valores

La empresa practica dentro de su filosofía organizacional una serie de valores que se enlistan a continuación:

- Disciplina
 - Honestidad
 - Confianza
 - Justicia
 - Respeto
 - Responsabilidad
 - Perseverancia
 - Motivación
 - Compromiso
 - Competitividad y ética profesional.
- Elaboración de la estructura organizacional de la empresa:
Se elaboró un organigrama de acuerdo a las actualizaciones de puestos y personal que se fue integrando a laborar a la empresa.

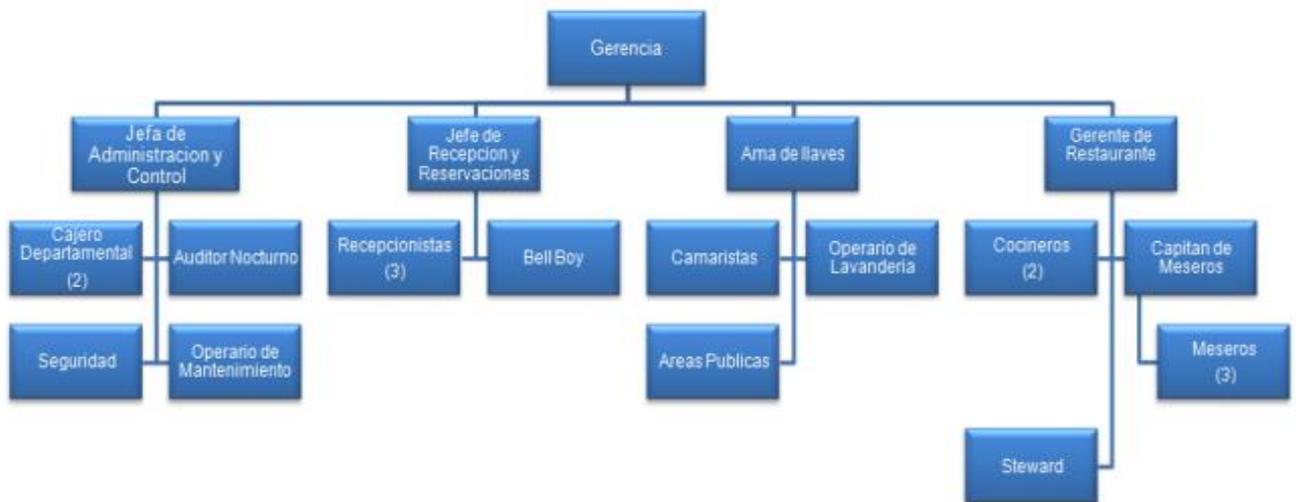


Figura 2. Organigrama sugerido a la empresa
Fuente: Propia

- Elaboración de la descripción de puestos: Se observó las actividades que cada colaborador realiza en el área en la que se desempeña y

posteriormente se realizó una entrevista con cada uno de ellos para obtener de manera más amplia información que permitiera realizar dicho documento.

- Realización de estrategias operativas: Se establecieron estrategias operativas para unificar, sistematizar y llevar un estándar de cómo deben realizarse las labores de atención, recepción y retención de clientes de manera que se les brinde a estos un servicio ejemplar.
- Concientización del recurso humano del hotel: Esto se realizó mediante actividades y reuniones mensuales con la finalidad de crear conciencia en los colaboradores de la empresa de la importancia de la integración, de la importancia de su rol de trabajo dentro de la organización, del trabajo en equipo y de igual manera, de su participación continua para lograr brindar servicios de calidad.

Se plantearon estrategias para mejora en áreas con necesidades como las siguientes:

Propuesta 1:

Elaboración de un plan de motivación:

Esta propuesta consiste en que la administración del hotel de recursos humanos implemente el plan de motivación que involucre activamente a todos los niveles tanto directivos como operarios.

Objetivo: Incrementar el nivel de motivación de los empleados haciéndoles saber que para la empresa es muy importante, que sus familiares se encuentren bien, garantizando un trabajo digno y justo.

Beneficios a obtener:

- Crear un buen ambiente laboral con todos los trabajadores conociéndolos a fondo.

- El trabajador se sentirá con mayor confianza al entender que el hotel está pendiente de sus necesidades.

Propuesta 2:

Elaboración de un plan de incentivos:

Esta propuesta consiste en que la administración del hotel aplique un plan de incentivos que no necesariamente tienen que ser salariales, de tal manera que con ellos se incite la sana competencia entre los colaboradores del hotel, y que de esta manera se esfuercen por lograr alcanzar las metas propuestas y a ser acreedores a dichos incentivos.

Objetivo: Incrementar el nivel de competencia por parte de los trabajadores de tal manera que se sientan estimulados en sus labores cotidianas y se retribuyan por medio de bonos o incentivos morales.

Beneficios a obtener:

- Generar una mayor productividad a través de la estimulación de la sana competencia.
- El colaborador se sentirá tomado en cuenta y que sus méritos son reconocidos y tienen un valor intrínseco.

Conclusiones

Durante la primera fase de la realización de este proyecto, se realizó un análisis en cual se observaron todos los factores que influyen en el entorno de la empresa, tanto interno como externo, la composición de elementos básicos de la estructura organizacional con la que el Hotel Girasoles contaba, (Misión, Visión, Valores, Metas, Objetivos Estratégicos), protocolos internos, así como la manera en la que los colaboradores interactúan entre ellos mismos, con sus superiores, y con los huéspedes o comensales respectivamente, se modificaron y se adaptaron a las

características y necesidades del hotel; se establecieron metas, objetivos y estrategias que le ayudaran en un futuro a alinear su estructura de manera efectiva y mantenerse así, dándole las pautas para que cada colaborador actual y futuro, conozca y se adapte al estándar con el que la organización cuenta. Dentro de las estrategias comerciales, se deben tomar en cuenta los gustos cambiantes de los clientes, tomar en cuenta sus opiniones y sugerencias acerca del servicio que se les brinda. En cuanto al recurso humano, es fundamental tener una muy buena comunicación en todas las áreas de la empresa, tanto entre colaboradores con los mismos colaboradores, colaboradores y jefes de departamentos y primordialmente, con los clientes. Para delegar responsabilidades y que cada uno de los que laboran en el Hotel Girasoles, conozcan sus funciones e importancia de realizar estas correctamente, se profesionaliza cada puesto de trabajo, así como de igual manera, se establecieron programas de capacitación en fechas establecidas con su respectiva duración, ayudando con esto a contar con personal altamente capacitado, permitiendo un mejor desempeño y mayor motivación por parte de estos. Se realizaron a la empresa las siguientes recomendaciones:

- Implantar un sistema de administración del recurso humano con políticas establecidas para reclutar, seleccionar e inducir al personal
- Diseñar estrategias continuas de estímulo y motivación al personal
- Divulgar y dar a conocer a los colaboradores los resultados y puestas en marcha de mejoras.
- Adquisición de nuevas tecnologías y equipo moderno para habitaciones, creando un ambiente más confortable al huésped.
- Dar seguimiento a las reuniones mensuales de colaboradores.
- Mantener una comunicación efectiva en todas las áreas de la empresa.
- Obtener las certificaciones referidas a calidad. (ISO)
- Dar seguimiento a los programas de capacitación en cuanto a calidez en el servicio se refiere, siendo este un factor importante para el hotel que maneja el modelo Concierge.
- Asignar personal de seguridad que resguarde el estacionamiento, evitando siniestros y percances con los automóviles de los huéspedes.

- Informar a los colaboradores acerca de las rutas de emergencia, procedimientos, medidas y actividades a realizar en caso de sismos o cualquier tipo de desastre natural.

Con estas acciones se pretende el crecimiento continuo de esta empresa familiar, así como mejorar el servicio de hospedaje y de alimentos que brindan en el municipio de Balancán; a fin de brindar un servicio de calidad donde los clientes se encuentren satisfechos al igual que el personal que elabora en el mismo.

La profesionalización es un proceso crítico y necesario para el desarrollo de las empresas es un proceso de cambio que no sólo abarca la mentalidad de cada uno de los miembros familiares y no familiares de la empresa, igual incluye cambio y mejora de tecnologías, metodologías y procesos. A sí mismo es un proceso gradual que requiere lograr el entendimiento de todos sobre la importancia de contar con agentes externos a la empresa que tengan un criterio objetivo y de igual manera la importancia de capacitar al administrador actual y a los sucesores para crear un mejor futuro asegurando la continuidad y supervivencia de la empresa.

Referencias

- Astrachan, J. H., Klein, S. B., & Smyrnios, K. X. (2002). The F-PEC Scale of Family Influence: A proposal for Solving the Family Business Definition Problem. *Family Business Review*, 45-58.
- Díaz, F. R., Contreras, Y. S., Cedillo, A. S., & Cienfuegos, S. d. (2012). Ventajas y desventajas de la profesionalización de la empresa Familiar. *INCEPTUM*, 101-113.
- Kenneth J. A. (1985) *Manual de administración estratégica*. México: Mc Graw – Hill Interamericana.
- Galvis, J. R. (2011). La profesionalización, elemento clave del éxito de la empresa familiar. *Vision de Futuro*. Giraldo, C. (2001). La importancia de la

- profesionalización en las organizaciones del tercer sector. Mexico, D.F: Publicaciones Colegio Mexiquense.
- Leach, P. (1999). Profesionalización de la Empresa . En La empresa Familiar (pág. 125). Londres, Inglaterra: Ediciones Granica S.A.
- Luna, X.A. (2017) Trabajo Profesional “Importancia de la Profesionalización empresarial en una empresa Familiar de Nueva Creación”, para obtener el grado de Maestra en Ingeniería administrativa del Instituto Tecnológico de Orizaba, Orizaba, Ver.
- Maish Molina Elena. (2004, agosto 3). Alineación de recursos humanos y gestión organizacional.
- Moroño, A. (2009). Análisis del nivel de profesionalización en la empresa familiar. Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época, (2). Recuperado a partir de <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/350>
- Muñoz Echeverria, Carlos (2014). Planificación estratégica a través del cuadro de mando integral.
- Parra, Jose Ernesto. (2011). Soluciones de Adiestramiento para la empresa.
- Tsui-Auch, L. S. (2004). The professionally managed family ruled enterprise: Ethnic Chinese business in Singapore. Journal of Management Studies, 69-72.
- Sallenave, Jean Paul. (1943). Gerencia y planeación Estratégica

Desarrollo turístico de Berriozábal, Chiapas, como Pueblo Mágico

Dra. Carolina Gómez Hinojosa¹, Lic. Rode Jazmín Morales Gutiérrez², Mtro. Gabriel Velázquez Castillejos³, Dr. José Rodolfo Mundo Gómez⁴

Resumen

En el marco de las políticas públicas para el desarrollo turístico, se encuentra vigente el Programa de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo, cuyas estrategias se orientan al desarrollo local, equilibrado y sustentable de las localidades, con incidencia en el crecimiento económico y el bienestar social de los grupos participantes, diversificando la oferta turística alternativa con los atractivos y recursos históricos, culturales y naturales de los territorios. Aunque existen estudios que evidencian riesgos en su instrumentación, constituye una guía metodológica para desarrollar un modelo de gestión turística local sustentable que puede incidir en disminuir la pobreza y mejorar los indicadores de prosperidad. La investigación se realizó con enfoque cualitativo, con alcance descriptivo y explicativo determinando el análisis de los elementos para el registro, incorporación y permanencia del municipio de Berriozabal, Chiapas en dicho Programa, con base en las técnicas de entrevista y observación de los atractivos y recursos naturales y culturales existentes. Los resultados establecen el avance de registro al Programa en un 62.5% y la totalidad de los aspectos para su incorporación y permanencia, lo que constituye un desafío de gestión relevante para la administración pública municipal.

Palabras claves: Desarrollo Local, Sustentabilidad, Turismo.

¹Profesora de Tiempo Completo e Investigadora de la Facultad de Contaduría y Administración Campus I, de la Universidad Autónoma de Chiapas (FCA C-I UNACH), Líder del Cuerpo Académico Consolidado: Estudios de Gestión para el Desarrollo Turístico. carolina.gomez@unach.mx, Celular: 961 155 7912

²Candidata a la Licenciatura en Gestión Turística egresada de la FCA C-I UNACH, jazminmogu3@gmail.com, Celular: 961 329 0371.

³Profesor de Tiempo Completo en la FCA C-I UNACH, Integrante del Cuerpo Académico Consolidado: Estudios de Gestión para el Desarrollo Turístico. gabriel.velazquez@unach.mx, Celular: 961 155 4451

⁴Profesor en la FCA C-I UNACH, Colaborador del Cuerpo Académico Consolidado: Estudios de Gestión para el Desarrollo Turístico. rodolfo.mundo92@gmail.com, Celular: 961 177 2158.

Introducción

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, con alcance en estudios de tipo descriptivo y explicativo, que permite identificar y analizar los elementos para el registro, incorporación y permanencia del municipio de Berriozabal, Chiapas en el Programa de Pueblos Mágicos, como política pública nacional que opera la Secretaría de Turismo del Ejecutivo Federal en favor del desarrollo turístico alternativo local, con base en las técnicas de entrevista y la observación de los atractivos, recursos naturales y culturales del territorio, con lo que se determina el avance de la gestión pública municipal en el desarrollo turístico.

Se aborda el marco teórico sobre: desarrollo local; turismo; reconocimiento del patrimonio biocultural y las implicaciones de política pública en materia de registro e incorporación al Programa, identificando elementos que constituyen el modelo de desarrollo turístico local sustentable; se describe la problemática que justifica el estudio en el municipio, la metodología, los objetivos generales y específicos; los resultados obtenidos de la investigación y las conclusiones.

Referentes teóricos

Se considera el desarrollo como el proceso para lograr un cambio de carácter social, cuyo propósito es igualar las oportunidades en la dimensión social, política y económica, tanto la interior de una nación como en las relaciones con otras naciones más adelantadas (Mujica y Rincón, 2010); que ese cambio sea sostenido y permanente en las dimensiones espacial o territorial, social en la comunidad e individual, por el progreso personal y su efecto como ente social, donde “las relaciones interpersonales, la cultura, las tradiciones y las costumbres juegan un papel importante” (Becerra y Pino, 2005, p. 92), es vital explorar la factibilidad del desarrollo turístico integral (Torres et al., 2021), que permita la conservación del patrimonio existente, fortalecer la dinámica eco-socioeconómica y corregir las asimetrías en el tejido social (Espinoza et al., 2022).

El turismo como fenómeno social, cultural y económico que se observa en los lugares visitados, debido a la demanda de bienes y servicios de las y los viajeros (Organización Mundial de Turismo [OMT], 2022), generador clave en el Producto

Interno Bruto de los países, de divisas, ingresos y empleo (Comisión Económica para América Latina y El Caribe [CEPAL], 2020), se considera como alternativa importante para el desarrollo de las regiones destino (Pérez-Ramírez y Antolín-Espinosa, 2016), y opción viable para la disminución de la pobreza, desigualdades y la reestructuración de territorios ricos en recursos bioculturales (Arévalo y Armas, 2019); también como un instrumento para el crecimiento económico, el desarrollo social y la sostenibilidad ambiental (López, 2018), en armonía con la cultura local, evitando el agotamiento de recursos (Arévalo y Armas, 2019).

Ante la alta desigualdad y bajo crecimiento en América Latina, el Caribe y México, la interacción en ambos factores, la crisis de la pandemia del COVID -19 y la complejidad de sus causas críticas como la concentración de poder, la violencia en todas sus formas y sistemas de protección social ineficientes (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2021), es fundamental realizar acciones en la recuperación económica, el marketing, la promoción y el fortalecimiento institucional, así como la creación de resiliencia (OMT, 2021).

En el marco de la Estrategia Nacional de Turismo, el Gobierno Federal impulsa el desarrollo justo y equilibrado de las localidades, mediante el turismo de los Pueblos Mágicos; realizar la capacitación de los grupos integrantes del sector turístico para diseñar y operar estrategias de promoción y comercialización, así como generar y operar los circuitos turísticos para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus contribuciones al cambio climático (Secretaría de Turismo del Gobierno Federal, 2019).

El Programa de Pueblos Mágicos (PPM), tiene como objetivo promover el desarrollo local, con incidencia en el crecimiento económico, el bienestar social y la sustentabilidad (López, 2018), de los espacios territorialmente definidos con rasgos sociales, culturales e históricos propios (Arévalo y Armas, 2019), al fomentar el desarrollo sustentable de recursos naturales y/o culturales de localidades que tengan: “atributos de singularidad, y autenticidad a través del valor de sus atractivos, representados por una marca de exclusividad y prestigio teniendo como referencia las motivaciones y necesidades del viajero” (Secretaría de Turismo Federal, 2017, p.3), y con el propósito de incrementar los empleos, fomentar la rentabilidad de la

inversión pública y privada, y optimizar los recursos bioculturales, a fin de elevar los niveles de bienestar de la población (Secretaría de Turismo Federal, 2014).

El PPM ha operado en 20 años con impacto en la oferta, diversificación y creación de nuevos destinos, el desarrollo local y la sustentabilidad (Arévalo y Armas, 2019), en la diversificación turística nacional, la promoción del turismo local y la operación sustentable de la actividad mediante la marca turística, que dignifica al turismo alternativo y de naturaleza de diversas localidades distintas al turismo de sol y playa (Landa et al., 2022), que posicionan su potencial turístico basado en sus atributos, atractivos y recursos históricos, culturales, gastronómicos, patrimoniales (Vázquez, 2022).

En el análisis de localidades del PPM, se detecta deficiencias en la participación ciudadana; amenazas al patrimonio cultural; bajo nivel de creación de empleos, infraestructura, sitios de interés turístico e innovación de productos; limitados recursos para capacitar a los agentes involucrados y paradójicamente problemas de inseguridad por el flujo de personas perjudicando la actividad turística y el bienestar de los habitantes (Arévalo y Armas, 2019), por lo que es vital evaluar su planeación, organización, desempeño local, la participación de grupos interesados: población local, turistas, prestadores de servicios y el gobierno en sus tres órdenes, equilibrando su interrelación y participación en la toma de decisiones, la integración de redes de cooperación entre localidades (Vázquez, 2022), así como su impacto en indicadores que midan el número de empresas, su rentabilidad, empleos generados (directos e indirectos), satisfacción de turistas, impactos al medio ambiente, al patrimonio cultural (tangibles e intangibles) y las medidas de mitigación (Gauna, 2019).

No obstante el PPM ha provocado cambios en la gestión comunitaria y en la satisfacción de los turistas (Arévalo y Armas, 2019), el desarrollo local y el impacto favorable de las condiciones de vida de la población (Gauna, 2019), con base en la mejora continua de la organización de gestión; el marketing del destino turístico; la cadena de valor del turismo local; la calidad, competitividad e innovación en la oferta de los productos turísticos (OMT, 2021), con nuevas formas de cooperación, mayor participación e inclusión social e intercultural de los actores aprovechando sus

capacidades, equilibrando el poder e intereses políticos, las condiciones potenciales del territorio y las realidades socioeconómicas y socioculturales de la población y grupos clave participantes (Arévalo y Armas, 2019).

Problema

El municipio de Berriozabal, Chiapas, registra que el 61.8% de la población que trabaja percibe menos de dos veces el salario mínimo diario, que de los 51 mil 722 habitantes del municipio, el 67% se encuentra en condiciones de pobreza y de éstos el 21% se encuentra en pobreza extrema, mientras que en una situación más crítica cerca de 12 mil 200 personas, equivalente al 10% de la población, no tiene acceso a la alimentación (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL] , 2016).

De acuerdo al Índice Básico de Ciudades Prósperas, que considera en las dimensiones de prosperidad: la productividad; infraestructura; calidad de vida; equidad e inclusión social; sostenibilidad ambiental y gobernanza (Organización de las Naciones Unidas (ONU) Hábitat, 2016), Berriozabal tiene una escala de prosperidad débil, por lo que se deben fortalecer los procesos de gobernanza, productividad, equidad, inclusión social, salud, educación, seguridad, sostenibilidad ambiental (ONU, 2018), así como los factores económicos productivos, como las capacidades organizativas y empresariales de los grupos locales (H. Ayuntamiento de Berriozabal, Chiapas, 2019)

Se enfatiza la necesidad de lograr el desarrollo económico local considerando las actividades del sector primario, las manufacturas artesanales, la oferta de servicios, el fomento de turismo rural, en sus entornos naturales y el potencial de los recursos culturales, atractivos que consideran el valor de la identidad cultural comunitaria (H. Ayuntamiento de Berriozabal, Chiapas, 2019).

En este sentido, la pregunta central de la investigación es: ¿el municipio de Berriozabal, Chiapas, cuenta con los elementos de registro e incorporación al PPM, como una alternativa de gestión pública municipal que contribuya en la generación de un modelo de desarrollo turístico local sustentable, a fin de contribuir en mejorar las condiciones de pobreza y de vida de sus habitantes?

De esta manera se podrán determinar los desafíos para la administración pública municipal de obtener el reconocimiento de Berriozábal como Pueblo Mágico, y generar un modelo de desarrollo local sustentable.

Método

La investigación es cualitativa con estudios de alcance descriptivo y explicativo, de muestreo no probabilístico (Hernández et al., 2014), cuyo objetivo es determinar el análisis del proceso de certificación como Pueblo Mágico del municipio de Berriozábal, Chiapas, al reconocer si cuenta con los requisitos para la certificación, el análisis de elementos del sistema turístico existente e identificar los requisitos para incorporarlo en el Programa Pueblos Mágicos.

El instrumento de recolección fue la entrevista de tipo semiestructurada con uso de la técnica de observación para obtener información considerando el conocimiento, experiencia, emociones, perspectivas y puntos de vista para determinar la viabilidad de la membresía de la marca distintiva de Pueblo Mágico con reconocimiento a nivel nacional del turismo local con potencial biocultural.

Se obtuvo información documental y de fuentes digitales, determinando la problemática, la concepción del diseño de estudio y definición de la fuente de información esencial para la instrumentación de la viabilidad de gestión de la membresía dentro del PPM, se realizó el análisis e interpretación de resultados en contraste con la normatividad aplicable para dicha viabilidad y se procedió a la elaboración del reporte de resultados.

Resultados

Los resultados se orientan a la determinación favorable de la visión institucional estratégica, táctica y operativa de la gestión ante el PPM a cargo del área responsable en la estructura orgánica municipal, para sentar las bases del modelo de desarrollo turístico local que favorezca el desarrollo socioeconómico, cultural y sustentable.

Se logró identificar la determinación de operar dos rutas turísticas para la promoción del patrimonio biocultural en la cabecera municipal y localidades rurales

cercanas, la integración del directorio georreferenciado de los servicios turísticos y el desarrollo de capacidades empresariales y turísticas de los empresarios locales, la viabilidad del Comité Ciudadano que contribuya en la operación y toma de decisiones, la integración y actualización permanente del inventario de recursos y atractivos turísticos del municipio.

Se logró impulsar la definición de un plan de promoción turística con datos reales mediante mapas y módulos que brinden información verídica y oportuna que guíe a los turistas en los servicios de hospedaje, alimentación y atractivos que forman parte de la dimensión económica, social y cultural de los habitantes y grupos clave del municipio, que incluya la organización de ferias o exposiciones recuperando el valor de la cultura regional zoque, así como el compromiso de gestión de recursos en los tres órdenes de gobierno con la elaboración de proyectos específicos en atención a las necesidades y oportunidades con apoyo y participación social.

En la determinación del inventario de recursos, se identificaron los atractivos turísticos, costumbres y tradiciones, productos gastronómicos, servicios turísticos y servicios de apoyo a los turistas.

Atractivos Turísticos

Ecoturismo

Se encuentran como atractivos: la Cascada “La Fábrica” (30 minutos de Tuxtla Gutiérrez); la oferta de Viveros (Corredor ubicado en Barrio San Miguel); finca “El Suspiro” (infraestructura colonial); y la Zona de Conservación Ecológica “La Pera”.

Turismo cultural

Se encuentra: el Museo de la Hamaca y el Tianguis Dominical (Cabecera municipal); y el corredor Artesanal que ofrece hamacas, artesanías de barro, cerámica, guayaberas, vestidos, blusas, bolsas, calzados, sombreros y pinturas.

Productos gastronómicos

Se encuentran en este rubro: tamales de distintos sabores, elaborados con diferentes ingredientes: de patashete, agrio, de chipilín, de frijol, juacané, de verdura, de bola y de hoja; vinos y licores de frutas de la región (Jamaica, café, etc.); bebidas de pinol, café de tortilla y de olla endulzado con panela o azúcar; chocolate, atole: agrio, de maza, de taziagual; pozol blanco, de cacao y tascalate; refrescos de frutas naturales: limón, naranja, jamaica y melón, comidas típicas como: mole de guajolote o gallina, preparación de carne de cerdo, acompañado con sopa de arroz o sopa fría; se sirve estofado de carne de res, cerdo o pollo con sopas, frijoles refritos, queso y chiles en vinagre.

Se ofrece carnes asadas, verduras guisadas y ensaladas; en Vigilia y Semana Santa se consume pescado, la flor de una planta silvestre que la llaman tsisún, abundante en la región; nopales y caracoles de río. El Día de Muertos se consume la flor de calabaza; dulces tradicionales con técnicas transmitidas de parientes, como: calabaza con panela, piloncillo; chilacayote, durazno, manzanillita, jocote en almíbar y el dulce de garbanzo; y las Chimeladas (mermeladas de frutas con chile)

Costumbres y Tradiciones

Se encuentran este rubro: La Feria San Sebastián Mártir del 17 al 22 de enero; la Fiesta: Jesús Nazareno del 13 al 17 de julio; la Semana Santa y Viacrucis en la cabera municipal; el Día de Muertos el 1 y 2 de noviembre y la oferta de productos gastronómicos típicos de la región zoque.

Servicios turísticos

En hospedaje se ubican: Posada San Lorenzo, La Casa de Campo, Hotel Manolo y la Quinta Vista Hermosa; servicios de alimentos y bebidas en 120 establecimientos; 33 restaurantes y bares; 31 taquerías, cenadurías y venta de hamburguesas; 28 pizzerías, antojerías, y venta de pollos; 18 cocinas económicas y comedores, y 10 cafeterías.

Servicios Públicos

Existen 2 terminales de transporte terrestre regional, y sitio de operación de taxis; y 11 Clínicas de atención para la salud de la población.

En la Tabla 1 se muestran los resultados de la situación actual, los avances y desafíos para certificar al municipio como Pueblo Mágico, y sentar las bases para lograr un modelo de desarrollo turístico sustentable.

Tabla 1
Elementos de Registro al Programa: Pueblos Mágicos

No.	Elementos de Registro	Avance	Responsable	Coadyuvante
1	Documentos avalados por el Presidente Municipal sobre:			
1.1	Estructura administrativa, nivel directivo y organigrama del área de turismo	1		
1.2	La plantilla de personal de turismo	1	Oficialía Mayor	Dirección de Planeación
1.3	Inventario de equipo y materiales de apoyo para el área de turismo	1		
2	Directorio de prestadores de servicios turísticos	0	Coordinador de Turismo	Dirección de Planeación
3	Inventario de recursos y atractivos turísticos. Resaltar inmuebles declarados o susceptibles de ser históricos a nivel estatal o federal.	0	Coordinador de Turismo	Dirección de Desarrollo Urbano
4	Documentos con información de conectividad, comunicación y cercanía a centros urbanos.			
4.1	Información georeferenciada que incluye distancia en km y tiempos/recorrido).	1	Coordinador de Turismo	Dirección de Desarrollo Urbano
4.2	Mapa(s) de conectividad terrestre de centros urbanos con aeropuerto y central camionera (no rebase 2 horas).	0	Coordinador de Turismo	Dirección de Desarrollo Urbano
5	Programa de Desarrollo Turístico Municipal			
5.1	Documento vigente y validado por autoridades con acciones específicas.	1	Coordinador de Turismo	Dirección de Planeación
Total elementos realizados		5		
Avance en la Gestión de Registro		62.5%		

Nota: Los elementos de registro se determinan con base en la Guía documental de Pueblos Mágicos.

La integración de elementos de registro al PPM representa el 62.5% al cumplir 5 de los 8 componentes. Se identifica en cero los que deben atenderse por la administración municipal. Además de considerar la participación activa en la

convocatoria de la Secretaría de Turismo, quien valida la información para emitir el folio de registro correspondiente y cumplir con los 10 elementos de incorporación al PPM que miden la capacidad de gestión intergubernamental, la participación social, inversión, y diversificación de los productos turísticos. En la Tabla 2 se presentan dichos elementos:

Tabla 2

Elementos de Incorporación al Programa: Pueblos Mágicos

No.	Elementos	Responsable	Coadyuvante
1	Integración formal del Comité Pueblo Mágico.	Coordinador de Turismo	Dirección de Planeación
2	Aprobación del cabildo de incorporación al Programa Pueblos Mágicos	Cabildo	Cabildo, Síndico y Consejería Jurídica
3	Aprobación del Congreso del Estado, sobre recursos presupuestarios a la localidad.	Alcalde	
4	Recursos presupuestales asignados al desarrollo turístico en la localidad	Cabildo	Oficialía Mayor
5	Programas de gobierno en el desarrollo turístico en la localidad (proyección de 3 años).	Coordinador de Turismo	Dirección de Planeación
6	Ordenamientos con impacto en desarrollo turístico: Plan de Desarrollo Urbano, de comercio en vía pública, seguridad, protección civil y residuos sólidos	Coordinador de Turismo	Áreas responsables:
7	Documento con el atractivo simbólico de la localidad (sociocultural y natural)	Coordinador de Turismo	Dirección de Planeación
8	Descripción de servicios de salud y seguridad pública para la atención del turista en caso necesario o de emergencia	Coordinador de Turismo	Seguridad Pública y Salud
9	Inversión pública, privada y social para el desarrollo turístico de la localidad aspirante.	Dirección de Fomento Económico	Cabildo, Alcalde, Secretarías Municipales
10	Carta compromiso del municipio para fomentar en el Pueblo Mágico la instauración de cadenas productivas turísticas firmado por el Presidente Municipal y el Comité de Pueblos Mágicos.	Coordinador de Turismo	Dirección de Fomento Económico

Nota: Los elementos de incorporación, se sustentan en la Guía documental de Pueblos Mágicos.

Conclusiones

En la presente investigación se determinó que existe un avance del 62.5% en el cumplimiento de los elementos que integran el proceso registro para la certificación como Pueblo Mágico del municipio de Berriozábal, Chiapas; y que además, se requiere cumplir con todos los elementos para su incorporación y permanencia en dicho Programa.

Durante el proceso de recolección de datos se evidenció que el municipio cuenta con atractivos turísticos que pueden ser de interés para los visitantes; que hay un trabajo permanente de exploración y sistematización para integrar el inventario de recursos y la factibilidad de cada lugar, para verificar que las y los viajeros puedan tener las condiciones y garantías de seguridad y los servicios necesarios.

Es primordial generar y concretar las metas de un Plan de trabajo para cumplir los elementos para el registro e incorporación del municipio en el Programa de Pueblos Mágicos, el modelo de desarrollo turístico local sin detrimento del patrimonio natural y cultural de los recursos y atractivos del territorio y de la población, e impulsar acciones para mejorar las capacidades de los grupos de interés participantes, su inclusión en redes de cooperación interinstitucionales y generar servicios turísticos rentables.

Referencias

- Arévalo Martínez, J., & Armas Arévalos, E. (2019). Pueblos Mágicos: Implicaciones para el Desarrollo Local. *Impactos ambientales, gestión de recursos naturales y turismo en el desarrollo regional. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C, Coeditores, Ciudad de México.*, 633-650.
- Becerra Lois, F. Á., & Pino Alonso, J. R. (2005). Evolución del concepto de desarrollo e implicaciones en el ámbito territorial: experiencia desde Cuba. *Economía, Sociedad y Territorio*, 85-119.
- Comisión Económica para América Latina y El Caribe [CEPAL]. (2020). *Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una*

oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia. Ciudad de México: CEPAL.

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL] . (2016). *Medición de la Pobreza en Chiapas. Indicadores de pobreza por municipio.* Ciudad de México: CONEVAL.

Espinoza Sánchez, R., Verduzco Villaseñor, M. d., & Márquez González, A. R. (2022). Desarrollo turístico y calidad de vida en el “Pueblo Mágico” de San Sebastián del Oeste (Jalisco, México): un análisis desde la percepción de los ciudadanos. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 84-106.

Gauna Ruiz de León, C. (2019). Análisis sociodemográfico, económico y turístico de los “Pueblos Mágicos” de Jalisco, México. *El Periplo Sustentable*, 34-66.

Gobierno del Estado de Chiapas. (02 de agosto de 2022). *Portal de Transparencia.* Obtenido de Portal de Transparencia: <https://berriozabal.gob.mx/portal-de-transparencia/>

H. Ayuntamiento de Berriozabal, Chiapas. (2019). *Plan Municipal de Desarrollo de Berriozabal.* Berriozabal, Chiapas: Periódico Oficial del Estado de Chiapas.

Hernandez-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación.* Ciudad de México: Mc Graw Hill.

Landa Torres, I., Del-Callejo-Canal, D. D., Vega Zarate, S., & Ricárdez Jiménez, J. D. (2022). Semaforización de Pueblos Mágicos según su desarrollo local basado en la evolución del Índice de Desarrollo Humano y Grado de Marginación. *Regiones y Desarrollo Sustentable*, 1-18.

López Levi, L. (2018). Las territorialidades del turismo: el caso de los Pueblos Mágicos en México. *Ateliê Geográfico*, 6-24.

Mujica Chirinos, N., & Rincón González, S. (2010). El concepto de desarrollo: posiciones teóricas más relevantes. *Scielo. Revista Venezolana de Gerencia*, 294-320.

Organización de las Naciones Unidas (ONU) Hábitat. (2016). *Índice Básico de las Ciudades Prósperas.* Ciudad de México: ONU - Habitat.

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2018). *Índice Básico de las Ciudades Prósperas.* Ciudad de México: ONU. HABITAT.

Organización Mundial de Turismo [OMT]. (2022). *Organización Mundial del Turismo.* Obtenido de UNWTO. Organismo Especializado de las Naciones Unidas: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Organización Mundial del Turismo. (2021). *Promover el turismo para el desarrollo. Sobre el Terreno.* Madrid, España: OMT.

Pérez-Ramírez, C. A., & Antolín-Espinosa, D. I. (2016). Programa pueblos mágicos y desarrollo local: actores, dimensiones y perspectivas en El Oro, México. *Estudios Sociales*, 217-242.

- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]. (2021). *Resumen Informe Regional de Desarrollo Humano 2021*. Nueva York, Estados Unidos: PNUD.
- Secretaría de Turismo del Gobierno Federal. (2019). *Estrategia Nacional de Turismo 2019 - 2024*. Chetumal, Quintana Roo: Secretaría de Turismo Federal .
- Secretaría de Turismo Federal. (2014). *Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos para la incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos*. Ciudad de México: Diario Oficial de la Federación.
- Secretaría de Turismo Federal. (2017). *Guía para la Integración Documental Pueblos Mágicos 2017*. Ciudad de México: Secretaría de Turismo Federal.
- Torres de Santiago, J., Salas Rodríguez, G., & Flores de la Cruz, A. (2021). Análisis socioeconómico de Pueblos Mágicos. El caso de Pinos, Zacatecas, México. *Revista GEON (Gestión, Organización y Negocios)*, 2-14.
- Vázquez Hernández, M. (2022). Evaluación de Desempeño del Programa PueblosMágicos en el Estado deMichoacán, México. *Rev. Est. de Políticas Públicas*, Universidad de Chile.

Estrés académico en estudiantes universitarios de la Licenciatura en Gestión Turística de la UNACH

Dra. Marisol de Jesús Mancilla Gallardo¹; Dra. Elisa Gutiérrez Gordillo; Dra. María Minerva López García; Dra. Rita Virginia Ramos Castro

Resumen

El objetivo de este estudio consistió en identificar el nivel de estrés académico en estudiantes de la Licenciatura en Gestión Turística de la UNACH durante el semestre enero - julio 2022. El estrés académico es un problema que afecta a muchas personas en diferentes contextos y puede perturbar su salud, física, cognitiva y socioemocional. El estrés es una problemática presente en muchas organizaciones de toda índole que se agudizó debido al confinamiento vivido por el coronavirus (COVID-19).

El estudio fue cuantitativo de tipo descriptivo, la muestra intencional y estuvo conformada por 29 estudiantes de la mencionada licenciatura; la técnica fue la encuesta y como instrumento de recolección de datos se utilizó el inventario SISCO de Barraza (2007) para determinar el nivel de estrés académico en las dimensiones de: Estresores, reacciones y estrategias de afrontamiento.

Los resultados develan que entre los principales estresores académicos están la sobrecarga de trabajo, la competencia entre compañeros, la evaluación de los profesores y dentro de sus reacciones los trastornos del sueño, cansancio permanente. La principal estrategia de afrontamiento a la que recurren es la búsqueda de información a su problema

Palabras claves: Estrategias, Estresores, Reacciones.

¹ Licenciada en Psicología, Maestra en ciencias de la educación y Doctora en educación. Profesora de tiempo completo del programa de la licenciatura en Pedagogía y de Tecnologías de la información aplicadas a la Educación de la Facultad de Humanidades, Campus VI. de la Universidad Autónoma de Chiapas, México. Correo electrónico: marisol.gallado@unach.mx. Tel celular 9611154501.

Introducción

El estrés académico es definido como una reacción de activación fisiológica, emocional, cognitiva y conductual ante estímulos y eventos académicos, es decir, el sentirse vulnerable ante una situación desconocida, nos genera reacciones fisiológicas adversas como: dolor de cabeza, estomago, falta de aire, nauseas entre otras y emocionales como: tristeza, ira, por mencionar, y además cumplir con las demandas laborales y/o escolares, la entrega de trabajos, las sesiones virtuales, que en algún momento generó y genera un gasto económico mayor a la población estudiantil de la Licenciatura en Gestión Turística que en su mayoría es de clase media baja, a baja, con un porcentaje elevado de estudiantes foráneos y en algunos casos de comunidades, de pueblos originarios donde el servicio de internet es inexistente o de muy mala calidad, hecho que les generaba acudir a otros sitios para poder conectarse y cumplir con el trabajo académico.

Algunos autores (Guadarrama et al., 2012; Pulido et al., 2012 & Silva et al., 2019) han encontrado que la Universidad constituye una fuente de estrés para los estudiantes y puede influir en su bienestar físico y psicológico que provoca agotamiento, poco interés para el estudio y baja motivación de logro. Es por ello que consideramos importante identificar los niveles estresantes, reacciones y estrategias que presentan los estudiantes de la Licenciatura en Gestión Turística para poder diseñar programas de intervención para atender esa problemática y favorecer la consecución de una educación de calidad en la institución.

A partir de lo anterior el presente documento presenta primeramente los referentes teóricos, realizando de inicio la diferencia entre estrés y estrés académico, posturas de diversos estudiosos de la temática del estrés académico tan importante en todas las organizaciones académicas, seguidamente del problema que nos llevo a la investigación y que giró en torno a una pregunta central; ¿Cuál es el nivel de estrés académico que presentan los estudiantes de la Licenciatura en Gestión Turística de la facultad de Contaduría y Administración de la UNACH? En tercer momento se presenta el método utilizado, seguido de los resultados, que se agruparon en tres categorías: estresores académicos, reacciones y estrategias, por ultimo las conclusiones y referencias.

Referentes teóricos

El estrés es un término ambiguo, que quizás confunde a muchos estudiantes y no logran identificarlos, en general se conoce como una tensión, un problema, una carga exhiba de tareas para realizar, entre otras. Cuando esto se desenvuelve o desarrolla en una institución educativa, se le denomina “estrés académico”. La reciente pandemia que enfrentamos transformó aspectos de nuestra vida diaria de manera radical, obligando a procesos de adaptación a las nuevas circunstancias que, en el caso particular del estudiantado y profesorado, se tradujeron en la implementación de un modelo de educación remota de emergencia para apoyar el tránsito de las actividades presenciales a las virtuales, lo que trastocó de manera muy profunda todas las rutinas, prácticas y hábitos cotidianos.

El estrés es un término de carácter social que inconscientemente las personas utilizan a diario para hacer referencia a las reacciones físicas o psicológicas de tensión, ansiedad y cansancio, aunque autores como Caldera et al., (2007) mencionan que se puede caracterizar como “todo tipo de amenaza que afecte directamente a un individuo” (p. 78).

Para Berrio y Mazo, (2011):

El estrés es una reacción de lucha (afrentamiento) o de huida del organismo como respuesta a una amenaza para la supervivencia o la autoestima personal. Es decir, se refiere a las consecuencias de las demandas que nos solicita el ambiente. En consecuencia, se produce tanto en condiciones positivas como negativas: la vida cotidiana conlleva indefectiblemente estrés. (p.40)

Por su parte Ávila (2004) menciona:

El estrés es un estado en el que la persona sufre distintos desordenes, muchas veces producidos por mala adaptación al entorno social, que pueden agravarse con los estados de tensión continuas en el que el organismo responde con una serie de trastornos fisiológicos y psicológicos. Muchos de estos trastornos se pueden controlar en función de la gravedad o del tipo de

estrés que uno padece, pero esto implica una serie de cambios en el estilo de vida que llevamos. (p1)

Este estudio comparte la postura de Barraza (2007) sobre el estrés académico, el cual refiere “el estrés académico es un proceso sistémico de carácter adaptativo y esencialmente psicológico...”(p.69). Menciona que los estudiantes se estresan a partir de tres elementos: el primero, se le demanda acciones, tareas en tiempos y con ciertos elementos establecidos para su entrega en tiempos establecidos, este tipo de demandas se establecieron como un elemento estresor, que le llega ocasionar un desequilibrio sistémico y este tiende a presentarse a manera de síntomas de orden comportamental, psicológico y físico, a partir de darse cuenta de la sintomatología presentada, busca darle solución buscando estrategias para afrontar la situación y volver a estar en equilibrio, es importante mencionar que el primer momento ocurre cuando los estudiantes se veían sometidos a demandas escolares que provocaba un nivel de estrés alto, el segundo momento se considera cuando ya existe una situación estresante y se manifestaban una serie de síntomas que provocaban situaciones de desequilibrio. El tercer momento, cuando el estudiante se ve en la necesidad de realizar acciones en un entorno amenazante, en el que tendría que buscar estrategias de afrontamiento como una situación de emergencia.

En el ámbito académico, se ha encontrado que el apoyo social podría actuar, además, como un potenciador en el logro de un desempeño satisfactorio de los estudiantes (Caldera et al., 2007), en este sentido, la información que se genere de este proceso será de gran utilidad para planear y diseñar las acciones dirigidas a mejorar el clima escolar institucional.

Problema

La irrupción del SARS-CoV-2 COVID-19, que amenazó al mundo, provocó crisis en todas las esferas, la educación no fue la excepción. El informe *La educación en tiempos de la pandemia de COVID 19* (CEPAL/UNESCO, 2020), identificó grandes brechas en el ámbito académico. La gran mayoría de instituciones tuvieron que afrontar el reto de seguir con la educación por medio de la virtualidad,

esta estrategia afectó de manera dramática a los contextos más desfavorecidos, con los índices de mayor pobreza y marginación sin acceso o con alcances muy limitados a infraestructura eléctrica, conectividad e internet, sin embargo, los estudiantes tuvieron que realizar adaptaciones para continuar con su proceso formativo. En el caso específico de los estudiantes de la licenciatura, los ajustes implementados consistieron en salir a otra población cercana de su lugar de origen, quedarse en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, solventando los gastos que esto originó, utilizando los datos de sus teléfonos, teniendo en alguno de los casos que realizar compras de tabletas, computadoras entre otros artefactos que le fueran de apoyo para continuar con sus estudios, todo ello causó un impacto además del económico, psicológico y socioemocional en toda la población escolar.

A raíz de la mencionada emergencia sanitaria muchos cambios fueron puestos en práctica en la educación, para que este proceso no se estancara y los estudiantes pudieran seguir, se implementó tomar clases en línea, condición en la que no muchos están acostumbrados y tienen que adaptarse a la forma de entregar sus trabajos, de entrar a clases, de la convivencia y en ese momento su contexto educativo son aparatos electrónicos, tareas y clases en línea, promoviendo quizá, niveles de estrés

Es importante reconocer que la vida estudiantil suele ser quizás para muchos estresante o vivir con factores de estrés, mismo que no solo afecta cognitiva, sino también física y emocionalmente. A partir de lo antes mencionado nos preguntamos: ¿Cuál es el estrés académico que viven los estudiantes de la Licenciatura en Gestión Turística de la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la UNACH?

Método

La investigación se llevó a cabo como un estudio descriptivo desde un enfoque cuantitativo en el semestre enero-julio 2022. La población estuvo conformada por estudiantes del 8º semestre de la Licenciatura en Gestión Turística, la muestra fue

de tipo intencional integrada por 29 estudiantes, 89.7% mujeres y 10.3% hombres, con un rango de edad que va desde 21 a 28 años.

El instrumento aplicado fue el inventario SISCO de estrés académico de Barraza (2007), que consta de 31 ítems dirigidos a explorar las categorías de estresores, reactivos y estrategias. La aplicación del instrumento se realizó vía google forms.

Resultados

Tabla 1 Estresores académicos

Ítems	Nunca (1)	Rara vez (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
Competencia con los compañeros	25%	25%	35.75	7.1%	7.1%
Sobrecarga de tareas y trabajos escolares	3.6%	7.1%	17.9%	46.4%	25%
Personalidad y carácter del profesor	13.8 %	13.8 %	37.9 %	24.1%	10.3%
Las evaluaciones de los profesores	3.4 %	10.3%	31 %	20.7 %	34.5 %
No entender el tema que se abordan en clases	20.7 %	24.1%	34.5%	6.9%	13.8 %
Participación en clases (responder a preguntas, exposiciones etc.)	17.2%	37.9%	24.1%	3.4%	17.2 %
Tiempo limitado para hacer los trabajos	6.9%	13.8%	41.4%	17.2%	20.7%
El tipo de trabajo que piden los profesores (consulta de temas, fichas de trabajo, ensayos, mapas conceptuales)	3.4%	17.2%	37.9%	24.1%	17.2%

Nota: Información recabada de los sujetos de investigación.

En lo que respecta a la dimensión de estresores académicos los resultados presentados en la tabla 1 nos muestran que los estudiantes se encuentran en el punto tres: algunas veces, es significativo debido a que se encuentra en la media, sin embargo, la sobrecarga de trabajo el 46.4% respondió que casi siempre seguido del 25% que refiere que siempre. Otro elemento de mayor estrés son las evaluaciones de los profesores, el 34.5% respondió que siempre, seguido del 31%

que responde que algunas veces y el 20.7 manifiesta que casi siempre. Es importante mencionar que se tendría que trabajar el concepto de evaluación con el estudiantado, para que se vea no como un elemento de medidas sino como un elemento de oportunidad para conocer las fortaleza y debilidades.

Tabla 2. Reacciones

Ítems	Nunca (1)	Rara vez (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre(5)
Trastornos del sueño	17.2%	13.8 %	13.8 %	24.1 %	31 %
Fatiga crónica (cansancio permanente)	20.7 %	10.3%	17.2 %	31%	20.7 %
Dolores de cabeza o migrañas	17.2 %	10.3 %	31 %	27.6 %	13.8 %
Problemas de digestión, dolor abdominal o diarreas	41.4 %	17.2%	17.2%	17.2 %	6.9 %
Rascarse, morderse las uñas, frotarse, etc.	37.9%	3.2%	20.7%	24.1%	13.8%
Somnolencia o mayor necesidad de dormir	20.7%	6.9 %	10.3 %	31 %	31%
Inquietud (incapacidad de relajarse y estar tranquilo)	13.8 %	20.7 %	20.7 %	24.1 %	20.7 %
Sentimientos de depresión y tristeza (decaído)	17.2 %	20.7 %	27.6 %	13.8 %	20.7 %
Ansiedad, angustia o desesperación	24.1 %	13.8 %	27.6 %	10.3 %	24.1 %
Problemas de concentración	13.8 %	13.8 %	31 %	20.7 %	20.7 %
Sentimientos de agresividad o aumento de irritabilidad	44.8 %	17.2 %	13.8 %	13.8 %	10.3 %
Conflictos o tendencias a polemizar	41.4%	24.1 %	27.6 %	0 %	6.9 %
Aislamiento de los demás	34.5 %	24.1 %	13.8 %	10.3 %	17.2 %
Desgano para realizar las labores escolares	24.1 %	24.1 %	20.7 %	6.9 %	24.1 %
Aumento o reducción del consumo de alimentos	24.1 %	13.8 %	27.6 %	13.8 %	20.7 %

Nota: Información recabada de los sujetos de investigación.

En la tabla dos se presentan los resultados de las reacciones. Se puede apreciar que dentro de los resultados más significativos se encuentran: trastornos del sueño con el 31% de los participantes, el de fatiga crónica y dolores de cabeza con la respuesta de casi siempre con el 31% y 27.6% respectivamente, la

somnolencia con respuestas de casi siempre y siempre con el 31% y desgano para las actividades escolares en casi siempre con el 24.1%, sin embargo, algo que apreciar es el control de sus emociones, al referir que nunca tienen sentimientos de agresividad o irritabilidad con el 44.8% de igual forma nunca con el 41.4% con los conflictos o tendencias a polemizar. Es importante seguir trabajando desde el programa institucional de tutorías y el programa de acción tutorial (PAT Y PIT) el desarrollo integral de los educandos.

Tabla 3. Estrategias.

Ítems	Nunca (1)	Rara vez (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
Habilidad asertiva (defender nuestras preferencias, ideas, o sentimientos sin dañar a otros).	17.2 %	13.8 %	20.7 %	31 %	17.2 %
Elaboración de un plan y ejecución de sus tareas	3.4 %	20.7 %	34.5 %	27.6 %	13.8 %
Elogio a sí mismo	31 %	24.1 %	27.6 %	13.8 %	3.4 %
Religiosidad (oraciones o asistencia a misa)	41 %	27.6 %	24.1 %	3.4 %	3.4 %
Búsqueda de información sobre la situación	27.6 %	17.2 %	41.4 %	10.3 %	3.4 %
Ventilación y confidencias (verbalización de la situación que preocupa)	27.6 %	34.5 %	34.5 %	0 %	3.4 %

Nota: Información recabada de los sujetos de investigación.

Sobre la tercera dimensión, tabla 3 nos muestra que las estrategias son las herramientas de afrontamiento hacia una situación en este caso a una situación que genera estrés, entre las más significativas podemos apreciar la habilidad asertiva el 31% refiere la respuesta 4 casi siempre y, el 17.2% siempre, el elaborar un plan y ejecución de tareas el 34.5% refiere que casi siempre, la búsqueda de información sobre la situación estresante lo realizan algunas veces el 41%, mientras que la situación de expresarlo o verbalizar la situación preocupante lo realizan el 34.5 % de la población algunas veces.

Como apreciamos en los resultados de estrategias, dentro de los elementos más significativos encontramos: la asertividad de los estudiantes, que les permite expresar ideas, creencias, opiniones, es por ello importante trabajar en el aula la comunicación asertiva, misma que le apoya a ser un estudiante autónomo en el

aprendizaje, otro elemento importante a trabajar es la elaboración de un plan y ejecución de las tareas, para que en el momento de las evaluaciones realizadas por los profesores no les genere reacciones. Estos resultados son consistentes en otras investigaciones efectuados por Barraza et al., (2007) y estudios preliminares que se están realizando en la misma UNACH, por las mismas autoras.

Conclusiones

El estrés académico en los estudiantes es un tema de gran interés para toda la población académica, como profesores y administradores de la educación, debemos velar por la salud mental de los estudiantes y para ello realizar es importante conocer el nivel de estrés académico en que se encuentran los estudiantes a nivel universitario.

Los resultados de la encuesta, plantean que dentro de los estresores académicos esta la sobrecarga de trabajo, la competencia entre compañeros, la evaluación de los profesores, no entender los temas que se abordan en clase y el tiempo limitado de entrega.

Lo anterior les ocasiona reacciones físicas entre ellas trastornos del sueño, cansancio permanente, somnolencia o mayor necesidad de dormir e inquietud. Sin embargo, utilizan estrategias de afrontamiento, entre las mas utilizadas está el de asertividad, la búsqueda de información sobre la situación estresante y la verbalización de la situación.

El visibilizar el nivel de estrés de los estudiantes permitirá tomar acciones que coadyuven en el estudiantado a nivel académico, personal e integral.

Referencias

- Ávila, J. (2014). El estrés un problema de salud del mundo actual. *Revista CON-CIENCIA*, 2(1), 117-125.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S231002652014000100013&lng=es&tlng=es.
- Barraza, Macías, A. (2007). Un modelo conceptual para el estudio del estrés académico. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 9(3).
<http://www.revistas.unam.mx/index.php/repi/article/view/19028>

- Berrio García, N. & Mazo Zea, R. (2011). Estrés académico. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*, 3(2), 65-82. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2145-48922011000200006
- Caldera Montes, J., Pulido Castro, B. y Martínez González, M. (2007). Niveles de estrés y rendimiento académico en estudiantes de la carrera de Psicología del Centro Universitario de Los Altos. *Revista de Educación y Desarrollo*. https://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/7/007_Caldera.pdf
- CEPAL/UNESCO (2020). *La educación en tiempos de la pandemia de COVID 19*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45904/1/S2000510_es.pdf
- Guadarrama Guadarrama, R., Márquez Mendoza, O., Mendoza Mojica, S. A., Veytia López, M., Serrano García, J. M., & Ruiz Tapia, J. A. (2012). Acontecimientos estresantes, una cuestión de salud en universitarios. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 15(4), 1532-1547. <https://www.iztacala.unam.mx/carreras/psicologia/psiclin/vol15num4/Vol15No4Art19.pdf>
- Pulido Rull, M. A., Serrano Sánchez, M. L., Valdés Cano, E., Chávez Méndez, M. T., Hidalgo Montiel, P., & Vera García, F. (2011). *Estrés académico en estudiantes universitarios*. *Psicología y Salud*, 21(1), 31-37 <https://psicologiaysalud.uv.mx/index.php/psicysalud/article/view/584>
- Silva Ramos, M.F., López Cocotle, J.J & Meza Zamora, M.E. C. (2019). Estrés académico en estudiantes universitarios. *Investigación y Ciencia*, 28, (79), 75-83 <https://www.redalyc.org/jatsRepo/674/67462875008/html/index.html>

Estudio de mercado para la oferta de experiencias gastronómicas de turismo rural en San Miguel Canoa, Puebla

Mtro. Ángel de Jesús Osorio Ochoa¹, Mtra. Judith Amalia Paz Mendoza²; Mtro. Ernesto Amozoc Calyeca³

Resumen

El presente estudio plantea un estudio de mercado que coadyuvará a determinar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto de inversión centrado en la participación comunitaria y el turismo rural derivado de la iniciativa que pretenden emprender vecino de la Junta Auxiliar de San Miguel Canoa, perteneciente a la ciudad de Puebla.

Es posible apreciar diversos elementos relacionados al estudio de la oferta y la demanda, así como la propuesta de productos a ofertar centrado en los insumos e ingredientes endémicos, así como el manejo de técnicas culinarias tradicionales y artesanales.

Experiencias Gastronómicas Mazame, es el nombre que tiene el emprendimiento, mismo que estará sujeto a pruebas piloto de forma posterior; pero donde ya se tiene identificado un mercado meta pensado en un segmento entre los 18 y 35 años de edad con un gasto de promedio por experiencia cercano a los \$500.00 en donde se podrán realizar actividades que giran en torno a la apreciación de la cocina local gracias a la degustación de pulque, recolección de hongos, talleres de elaboración de tortillas y alimentos entre otros.

Palabras claves: Estudio de Mercado, San Miguel Canoa, Turismo Rural

¹Licenciado en Administración Turística y Maestro en Dirección y Mercadotecnia, con amplia experiencia en el campo de la enseñanza y la capacitación en el área de Turismo y Gastronomía. Cuenta con estudios profesionales en evaluación y certificación educativa, actualmente se desempeña como docente y secretario del Consejo de Turismo de la Ciudad de Puebla, amplia experiencia en implementación de estrategias para la competitividad en servicio de alimentos y bebidas, mixología y sumillería.

²Licenciada en Gastronomía, Maestra en Gestión de la Industria de la Hospitalidad y Maestra en Gestión de la Industria de Alimentos y Bebidas, investigadora en temas de rescate de la cultura gastronómica y Pueblos Mágicos. Es evaluadora independiente del CONOCER en estándares de coordinación de alimentos y bebidas, diseño e impartición de cursos, manejo higiénico de los alimentos y experta en evaluación del desempeño.

³Licenciado en Gastronomía, con estudios de posgrado en Marketing para Empresas Gastronómicas y Turísticas con amplia experiencia en el sector como asesor en empresas gastronómicas. Experto en la implementación de buenas prácticas en técnicas y procesos culinarios, gestión y producción a gran escala de alimentos y bebidas.

Introducción

Actualmente se carece de mecanismos para la formalización de unidades económicas en la comunidad, por lo que la asesoría del grupo de investigación coadyuvará a la profesionalización de la prestación de servicios de alimentos y bebidas para el desarrollo socio económico de la región en pro de la conservación de la cultura gastronómica.

Es por ello que una vez realizado el encuadre teórico desde la perspectiva del plan de negocios y la mercadotecnia, se abordará el proceso de construcción del estudio de mercado para poder generar valor en la comunidad de San Miguel Canoa a partir de la oferta de servicios de alimentos y bebidas con un enfoque competitivo y tradicional.

Posteriormente a manera de planteamiento del problema se abordará el entorno a intervenir – San Miguel Canoa – haciendo una comparación con otras comunidades con casos exitosos para después establecer los referentes necesarios en un estudio de mercado (oferta, demanda, características del producto entre otros) y posteriormente brindar recomendaciones en torno a las siguientes etapas de un estudio de mercado.

Referentes teóricos

Turismo

La Ley Federal de Turismo en el artículo III, fracción XX define a los turistas como las personas que viajan desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilizan alguno de los servicios turísticos como los que prestan hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje; así como agencias, sub-agencias, operadoras de viajes, guías de turistas, restaurantes, cafés, bares, centros nocturnos, aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas; centros comerciales, tiendas, entre otras. (Maldonado, 2016)

Para la Organización Mundial de Turismo, dentro de los compromisos del Turismo Sustentable, se deben asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, beneficios socioeconómicos bien

distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuya a la reducción de la pobreza; para ello es importante la educación de la cultura. (UNWTO, 2022)

Según Hernández (2005) en el artículo de la Promoción y Gestión Cultural: Intención y Acción, propone que la educación es un elemento fundamental que se utiliza en la promoción de la cultura, la cual busca informar acerca del valor histórico y social de la misma. Cuando se busca que la cultura tenga un impacto con soporte de marco institucional, que le permita hacer uso de capital público o privado para intervenir activamente en el desarrollo cultural de una población, se está logrando el objetivo de la gestión cultural.

Turismo Rural

El turismo rural tiene como finalidad, la realización de viajes a diferentes comunidades rurales, mediante las cuales se permita la interacción de los turistas con la población de estas regiones, con el fin de conocer el modo de vida, tradiciones y costumbres que ahí se tengan.

Dentro del turismo rural, se busca realizar actividades dirigidas a conocer de manera interactiva, las costumbres y tradiciones que se tienen en grupos étnicos y rurales, conociendo su día a día, los métodos que siguen utilizando para cuidar de su salud, la forma en que elaboran sus propios productos utilizando únicamente los recursos naturales.

San Miguel Canoa

Dentro del Plan nacional de Desarrollo 2019-2024, se confirma la importancia de la actividad turística reconociendo como meta principal la derrama económica histórica realizada en el 2017 a nivel nacional, el año en que el 8.8% del Producto Interno Bruto Nacional fue destino por la actividad turística. Aunado a esto, el PND aclara que existen áreas de oportunidad tanto para consolidar los productos existentes, como de aprovechamiento de nuevos, especialmente el desarrollo turístico regional, en zonas emergentes con alto potencial como lo son las

comunidades y pueblos de índole rural. (Secretaría de Turismo del Estado de Oaxaca, 2019)

El turismo no se distribuye de manera homogénea o aleatoria, su localización es de carácter regional y responde a una serie de factores relacionados a su entorno geográfico, infraestructura, la motivación del viaje, el tiempo disponible y la calidad del patrimonio. (SECTUR, 2002)

La localidad de San Miguel Canoa está situada en el Municipio de Puebla (en el Estado de Puebla). Hay 15,070 habitantes. Es el pueblo más poblado en la posición número 2 de todo el municipio. San Miguel Canoa está a 2,582 metros de altitud.

Estudio de Mercado

En este punto es preciso conocer el comportamiento del turista como consumidor, los procesos y mecanismo de su conducta con la finalidad de disponer de productos y servicios que logren satisfacer sus necesidades. (Alba & Luna, 2006)

Con el estudio de mercado se puede averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada. El mercado se puede definir como el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. (Kotler, 2013)

Para Piguave (2016), la investigación de mercado es un método sistemático de recopilación de datos hacia el desarrollo de la información, permitiendo conocer y anticipar necesidades, deseos, motivos, gustos, preferencias, costumbres, características de clientes o consumidores, precisando oportunidades y problemas del mercado.

Dinámica del mercado

Se puede definir como la interacción de la oferta y la demanda como base para fijar los precios. Se trata de un concepto fundamental de la macroeconomía donde la oferta y la demanda son las fuerzas principales detrás del precio de los bienes y servicios. Desde un punto de vista empresarial, la dinámica del mercado son los

factores que afectan el modelo de negocio que implica la parte que solicita. (Zaniuk, 2012)

El **producto** es un conjunto de atributos físicos y tangibles reunidos en una forma identificable; es decir, los consumidores están comprando algo más que un conjunto de atributos físicos, están comprando la satisfacción de sus necesidades o deseos. El producto tiene dos dimensiones, la tangible y la intangible; la primera se refiere a todas aquellas características que se pueden palpar, oler, guardar, inventariar, trasladar de lugar, y corresponden a un bien y la segunda se refiere a lo que no se puede ni tocar, ni oler, ni guardar, ni almacenar, ni trasladar, y corresponde a un servicio.

La combinación de los diferentes valores y atributos de un producto, combinados estratégicamente para el entorno donde se encuentran, son los factores por los que un cliente escoge una marca y no otra; es decir, existe una diferenciación y a esto se le conoce como Branding de Producto. (Búho, 2021)

Existen diferentes aspectos que se deben considerar como: la identidad verbal o *namimg*, identidad visual, así como el tono de comunicación: donde se define el color de la escritura, entre otros aspectos de forma.

Además; **la plaza**, también conocida como posición y distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes: canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística. (Moya, 2015)

Mercado Meta

De acuerdo a da Silva (2022), el concepto de mercado meta suele ser conocido como *target*, y se refiere al conjunto de personas que resulta al agruparlas tomando en cuenta sus necesidades, características demográficas e intereses y que conforman al destinatario ideal a cuál se destina el producto o marca.

El mercado meta se refiere a una primera segmentación del público general; en cambio, el público objetivo es una segmentación específica de este mercado meta.

Existe una clasificación basada en los criterios de segmentación para agrupar consumidores ideales y son: el mercado meta geográfico, demográfico, psicológico y conductual. Además, existen tres criterios básicos para definir un mercado meta: la edad, el género y el nivel económico de las personas. (da Silva, 2022)

Problema

La Junta Auxiliar de San Miguel Canoa presenta un desarrollo económico bajo, dado que la escolaridad promedio es de 6.86 años al 2020, con una población ocupada del 48% (mayores de 12 años)

Respecto a la actividad económica a desarrollar según datos del DENUE, al 2015 existían 77 unidades económicas, de las cuales 76 empleaban de 0 a 5 personas y 1 de 6 a 10 personas de la categoría de Servicios de preparación de Alimentos y Bebidas, clasificándose de la siguiente manera:

- 53% Servicios de preparación de otros alimentos para consumo inmediato (clubes de nutrición)
- 13% restaurantes de preparación de tacos y tortas
- 12% restaurantes de preparación de antojitos
- 9% restaurantes con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos rostizados para llevar.
- 9% Bares, cantinas y similares
- 3% Restaurantes que preparan otro tipo de alimentos para llevar
- 1% Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares

Un conjunto de vecinos de la Junta Auxiliar de San Miguel Canoa tienen la iniciativa de emprender en el ámbito gastronómico con una propuesta centrada en el turismo rural mismos que requieren acompañamiento para la gestión empresarial

y por ende el desarrollo de una propuesta comercial viable que permita observar una oferta de valor competitiva acorde a la expectativa del visitante ya que actualmente se carece de mecanismos para la formalización de unidades económicas en la comunidad, por lo que la asesoría del grupo de investigación coadyuvará a la profesionalización de la prestación de servicios de alimentos y bebidas para el desarrollo socio económico de la región.

Por otro lado, los efectos de la pandemia y una recuperación económica discreta requieren de opciones de desarrollo turístico y diversificación de productos en la capital para aumentar la estancia promedio y con ello la derrama económica, sin embargo, se requiere de opciones y experiencias que permitan al visitante

Método

Para el desarrollo del presente estudio se sigue una metodología basada en el análisis para la formulación de proyectos de inversión sugerida por Morales Castro (2009) los cuales comienzan desde que se conciben como una idea relacionada con la producción de un producto o servicio para satisfacer alguna necesidad humana donde se requiere realizar diversos estudios para confirmar la viabilidad de vender en los mercados ese producto y/o servicio.

De acuerdo con Nacional Financiera, para un Proyecto de Inversión se observan las etapas de preinversión, decisión, inversión, recuperación, evaluación y ajustes (1995). Dentro de la preinversión se pueden identificar las fases de Identificación, así como de Formulación y Evaluación. En esta última se observan los Estudios de Mercado, Técnico, Administrativo y Financiero. Por lo cual para poder estimar la oferta de bienes y servicios a proponer en un establecimiento es preciso estimar las diversas variables en torno a la dinámica comercial.

En un estudio de mercado el objetivo básico es estimar la cantidad de productos y/o servicios que podría adquirir el mercado al cual se desea proveer de acuerdo con el proyecto de inversión. Las variables que se analizan y evalúan mediante el estudio de mercado son (Morales & Morales, 2009):

Para la elaboración del presente estudio de mercado, se consideró principalmente el estudio de la dinámica comercial del entorno (la oferta y la demanda) así como de las variables estratégicas para la conformación de la mezcla de mercadotecnia, centrándose en las características del producto, la distribución, promoción y el esquema de precios.

Así mismo se precisa de un ejercicio con un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) que a partir de la investigación exploratoria permita valorar diversos elementos para la construcción de referentes que posteriormente permitan continuar la presente investigación a fin de concluir con el plan de negocios en su conjunto, primero estableciendo la viabilidad a nivel comercial.

Resultados

Demanda potencial

Considerando que el establecimiento atenderá en principio a la población local y visitantes de la Ciudad de Puebla, se describe un perfil de visitante local proveniente del mismo municipio.

Acorde al Observatorio Turístico de la Ciudad de Puebla (2018) en observaciones levantadas desde los Centros de Atención al Visitante, el 24% de los visitantes que se muestran interesados en recorrer la Ciudad de Puebla son vecinos de ésta y el 76% son visitantes externos. En cuanto a la edad, el 40% de los visitantes son personas de entre 15 y 30 años la ocupación con mayor frecuencia la tiene el 39% empleados que corresponde a empleados seguido de 28% de estudiantes, para llegar a la ciudad de Puebla el medio de transporte utilizado con 52.5% de observaciones es el auto particular seguido de autobús público con un 33% de los encuestados por último el gasto promedio ronda los \$650 pesos (sin considerar alojamiento) además de que un 47% reportó que el gasto más fuerte pertenece a la comida seguido de un 35% que representa los paseos y tour locales. (Marketing 360°, 2018)

Es importante destacar que de la muestra encuestada ninguno de los visitantes reporta interés en visitar San Miguel Canoa ni ninguna junta auxiliar, dado que no

existe oferta turística fuera de la ya identificada en el Centro histórico de Puebla y Zona Cívica 5 de mayo con la vocación cultural que identifica la capital poblana.

Derivado de lo anterior es preciso acotar la demanda potencial a un público objetivo joven (alrededor de los 30 años) donde la transportación en auto propio o autobús sea el medio principal de traslado, con una prioridad para el destino de los gastos de viaje orientados a la alimentación y la transportación turística local en donde el costo por la experiencia no exceda los \$650.00 pesos.

Oferta de valor

Considerando los elementos anteriormente mencionados se precisa de un establecimiento de alimentos y bebidas que además de la oferta de alimentos orientados a la propuesta de platillos locales, también esté en posibilidad de ofertar una diversidad de experiencias gastronómicas que complemente la oferta habitual de un establecimiento de ésta naturaleza, de manera que pueda aprovecharse la inercia del viajero local acostumbrado al uso de auto particular para trasladarse a los diferentes punto de atracción y que prioriza el consumo de alimentos y bebidas.

En un ejercicio de *benchmarking* llevado a cabo por parte del equipo de investigación se compararon diversas experiencias relacionadas con la oferta de experiencias turístico-gastronómicas en destinos turísticos rurales, al respecto se consideró como ejercicio de comparación la localidad de San Francisco Oxtotilpan,

México que guarda ciertas similitudes con San Miguel Canoa y que tiene una oferta de servicios y experiencias turísticas debidamente desarrolladas como se puede observar en la figura 1. (Paz, Amozoc & Osorio, 2022)

Tabla 1

Comparativo socioeconómico entre San Miguel Canoa – San Francisco Oxtotilpan

	San Miguel Canoa	San Francisco Oxtotilpan
Población	15,000	1,500
Porcentaje hablante de lengua indígena	80% (náhuatl)	50.80% (Matlatzinca)
Porcentaje de la población ocupada en el sector primario	80%	88%
Distancia de la ciudad capital	16 kilómetros de la Ciudad de Puebla	43 kilómetros de la Ciudad de Toluca
Principales actividades	Agricultura(maíz, frijol) Recolección de productos del campo para autoconsumo(moras y hongos), ganadería y comercio	Agricultura en campo e invernadero (maíz, habas, frijol, zarzas, papa, fresas y alcatraces), ecoturismo (senderismo, camping, avistamiento de luciérnagas y mariposas, animación turística y gastronómica)
Potencial turístico	Situado cerca de las faldas de la Malinche donde se realizan actividades de senderismo, recolección de hongos camping y bicicleta. Actividades de animación turística y gastronómica.	Paisaje boscoso, Nevado de Toluca, bicicleta de montaña, observación de aves, recolección de hongos.
Acceso a financiamiento	Fiesta patronal de San Miguel Arcángel Sin acceso a financiamiento, posibles apoyos del gobierno municipal	Acceso a diversos financiamientos del gobierno federal, fundaciones internacionales, entre otros.
Escolaridad (años promedio de estudio)	4.3	7.1
Problemática social	Crimen e inseguridad Migración Narcotráfico Asentamientos poblacionales irregulares	Alto grado de marginación (viviendas, escolaridad y acceso a servicios públicos) Falta de interés de las nuevas generaciones por preservar costumbres y tradiciones.
Elementos de valor agregado	Cercanía con la capital Comunicación telefónica continua (red celular y datos móviles)	Diversificación de proyectos en torno al manejo ambiental y sustentabilidad. Alta participación comunitaria, ejidal y comunal. Asesoría e investigación aplicada por parte de académicos de la UAEMex consolidada. Cercanía a la finca de café Barrueta, orquideario y parapente.

Nota: Comparativo socioeconómico de elaboración propia con datos del INEGI y de visita de campo.

Es importante resaltar que se observan similitudes en cuanto al potencial turístico de San Francisco Oxtotilpan y San Miguel Canoa dadas las condiciones del ecosistema boscoso de ambas localidades, así como el porcentaje de ocupación y las actividades económicas orientadas al campo, sin embargo, en San Francisco Oxtotilpan hay importantes avances en torno a la escolaridad promedio y la oferta turística, derivado de que existe una oferta claramente definida donde la comunidad está claramente involucrada en diversos aspectos y roles que implican brindar diversas experiencias figura 1, tales como la interpretación del patrimonio natural,

talleres culturales de animación turística y degustación de alimentos y bebidas de platillos de la región.

Figura 1
Itinerario de Actividades Matlatzincas



Nota: Itinerario Raíces de México

Es por ello que se retomará lo observado en la localidad por parte de González-Domínguez y Palmas en donde se aprecia un proceso participativo con la comunidad en donde se desarrolló un plan de negocios a partir del aprovechamiento sustentable de los recursos naturales, en los cuales se pueden realizar actividades tales como la apreciación del paisaje, senderismo, camping, avistamiento de luciérnagas y mariposas, animación turística y gastronómica, entre otros. (González-Domínguez & Palmas Castrejón, 2016)

Características del producto

Dicho lo anterior se plantea un establecimiento tipo cafetería con oferta de alimentos y bebidas de la comunidad y la región específica de San Miguel Canoa,

así como platillos típicos de la región de Puebla, dentro de los cuales se busca el rescate de las técnicas y preparaciones tanto en la elaboración de moles, panes, guisados y las bebidas tradicionales de la comunidad lo cual se llevará a cabo con la utilización de la materia prima que se oferta dentro del municipio, abarcando principalmente la materia prima que se produce en la región así como la que se recolecta por temporadas en las faldas de la Malinche, que cuenta con una gran variedad de frutos y hongos silvestres y una inmensa variedad de quelites, los cuales se consumen de generación en generación y estos son incorporados a los platillos tradicionales de la localidad.

Como una forma de complementar la oferta de alimentos y bebidas en el establecimiento en un servicio a la mesa estilo americano o emplatado se plantea la posibilidad de ofertar experiencias en torno a la animación gastronómica en donde sea posible generar actividades relacionadas a la interpretación del patrimonio natural de la región con la posibilidad de recolección de frutos locales (capulines o moras), hongos (figura 3), así como talleres para la elaboración de tortillas de mano (figura 2), degustación de pulque entre otros.

Figura 2

Elaboración de tortillas con la técnica tradicional de la región



Nota: Autoría Propia

Figura 3

Productos endémicos de la región



Nota: Autoría Propia

Además, se complementará la oferta de alimentos en el establecimiento con experiencias programadas bajo reservación para la práctica de actividades de turismo rural en el marco experiencias gastronómicas como principal oferta de valor. En un primer momento se realizará una prueba piloto (tabla 2) para valorar la prestación del servicio con un perfil *ad hoc* al segmento meta.

Tabla 2

Itinerario de actividades para prueba piloto

HORA	ACTIVIDAD
8:30 – 9:00	SALIDA DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PUEBLA
9:00 - 9:30	BIENVENIDA CAFETERÍA “MAZAME”
9:30 – 10:00	VISITA A CULTIVOS DE MAGUEY
10:00 – 11:00	DESAYUNO “ELABORACION DE TORTILLAS Y BEBIDAS TRADICIONALES A BASE DE MAIZ”
11:00- 11:30	TALLER DE IDENTIFICACION Y RECOLECCION DE HONGOS
11:30- 12:30	TALLER DE LA EXTRACCIÓN DEL AGUAMIEL “TLACHIQUERO”
12:30 – 13:30	TALLER DE DESPIECE DE CANAL DE “CORDERO Y CONEJO “
13:30 -15:00	PREPARACIÓN DE CORDERO Y CONEJO EN TÉCNICA “ESTACA”
15:00 – 16:00	DEGUSTACIÓN (COMIDA) CON PREPARACIÓN DE BEBIDAS ARTESANALES DE LA LOCALIDAD
16:00 – 16:30	REGRESO A LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PUEBLA

Nota: Elaboración propia

Branding

Como parte de la identidad comercial se han considerado dos elementos que forman parte del imaginario colectivo en la región mismas que aún no han sido sometidas a pruebas de percepción en el mercado potencial, mismo que corresponden a la malinche (figura 4) como parte del patrimonio natural aledaño a la zona así como al venado – mazatl- o venados – mazame – (figura 5) que están presentes en la identidad de los lugareños los cuales son constantemente referidos como “mazames”.

Los elementos básicos considerados en dicha marca se centran en tres aspectos: color, tipografías y símbolos. Mismos que guardan relación con elementos observados con la región y que serán sometidos a procesos de validación.

Figura 4

Propuesta de marca utilizando la montaña o malinche



Nota: Elaboración propia

Figura 5

Propuesta de marca emulando la letra A con venado invertido



Nota: Elaboración propia

Color

Se aprecia un color en tonalidad café mismo que hace referencia a las tonalidades de bosque y la montaña observadas en el paisaje de la junta auxiliar de San Miguel Canoa.

Figura 6

Valores de color

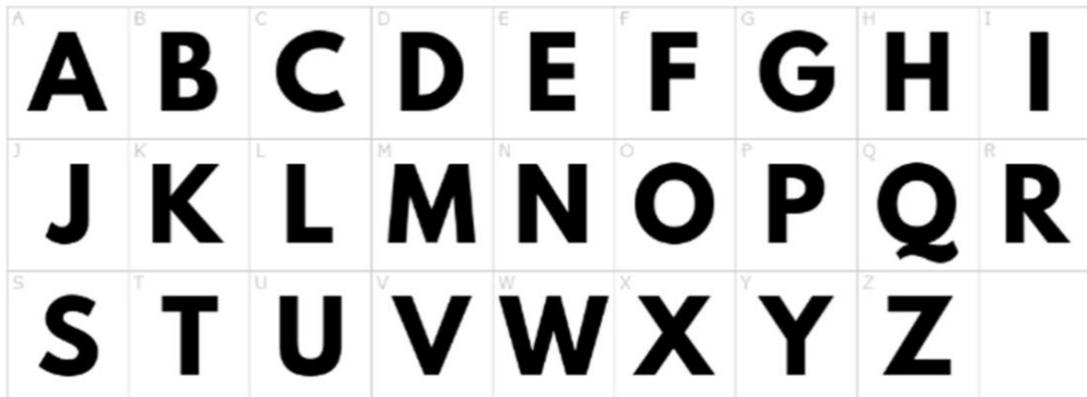
Matiz	Hexadecimal	RGB	CMYK
	#564228	86, 66, 40	0%, 23%, 53%, 66%

Nota: elaboración propia

Tipografía

La tipografía empleada es la conocida como League Spartan misma que observa estructura sólida y forma geométrica, sencilla y minimalista que busca contrastar con los símbolos para no tener un protagonismo excesivo con el resto de la composición.

Figura 7
Tipografía League Spartan



Simbología

Dadas las visitas de campo realizadas con regularidad se aprecia en principio el uso de la montaña como elemento claramente identificable en la comunidad de San Miguel Canoa dada la cercanía con la Malinche o Matlacueyatl, elemento claramente identificable desde la Ciudad de Puebla como uno de los volcanes que flanquean el valle de Puebla. Así mismo en una segunda opción se observa el venado invertido que emula la letra como ejemplo de la especie de venados americanos de la región con cornamentas cortas que no están ramificadas.

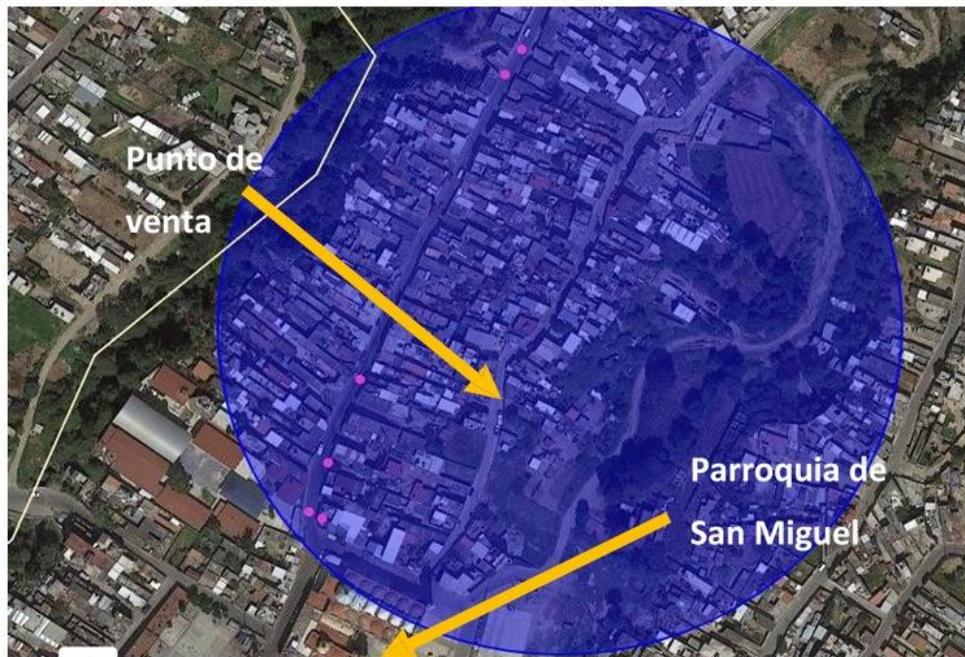
Distribución

El establecimiento que fungirá como punto de venta se encuentra ubicado a 50 metros de la Parroquia de San Miguel Arcángel, para los interesados en visitar dicho

atractivo no resulta visible el espacio físico del establecimiento (figura 8), por lo que se precisará de señalización con elementos propios de la marca para poder obtener flujo de visitantes.

Figura 8

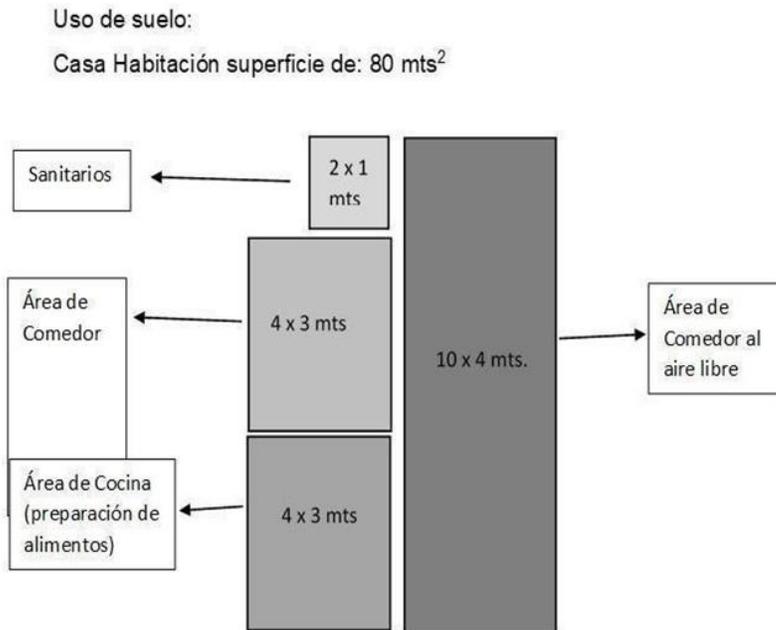
Ubicación del establecimiento



Nota: Ubicación del establecimiento a 1 km para determinar competencia directa

El punto de venta tiene una superficie aprovechable de 80 m² (figura 9) que aún requiere de habilitación para la producción, venta y servicio de alimentos y bebidas, el cual puede albergar entre 8 y 10 mesas para cuatro personas cada una, para una atención de entre 32 y 40 comensales.

Figura 9
Planta arquitectónica



Nota: Planta arquitectónica en metros cuadrados con las áreas propuestas de comedor, de cocina, sanitarios y área de comedor al aire libre.

Conclusiones

Tras el análisis antes desarrollado, sobre la implementación del estudio de mercado para la oferta de experiencias gastronómicas de turismo rural en San Miguel Canoa, Puebla. Se ha podido observar los canales que se cuentan a considerar para poder contar con el alcance para poder llegar al consumidor, tras el análisis presentado se identificó al mercado meta centrado en personas de 18 a 35 años con un gasto promedio por experiencia programada entre los \$500 y \$650, el cual se enfocará inicialmente con la población local cercana a la ciudad de Puebla con gusto por actividades centradas en el turismo alternativo y rural.

Al realizar la investigación permitió identificar los centros de consumo que se encuentran dentro de una periferia alrededor del centro de San Miguel Canoa, que presentan un servicio de alimentos de comida rápida y alimentos procesados, lo cual presenta una pérdida de identidad de costumbres y tradiciones en cuanto a la preparación de platillos y uso de alimentos originarios de la localidad. Lo cual

permite poder enfocar dentro de los servicios proyectados, buscar desarrollar una experiencia gastronómica similar a lo observado por González y Palmas con la comunidad de San Francisco Oxtotilpan.

Destaca el interés por un grupo específico de personas de la comunidad asesoradas por el presente grupo investigador, en desarrollar un plan de turismo rural que cuentan con un entorno natural que favorece ampliamente las expectativas del visitante, al tener los recursos naturales de la región y una historia plasmada de tradiciones en cuanto a cocina prehispánica en sintonía con lo que provee la naturaleza (hongos, frutos, maíz, aves silvestres, una variedad inmensa de quelites, entre otros) dentro de su dieta, contando como uno de los principales municipios en realizar la técnica ancestral en la obtención del aguamiel, para la elaboración del pulque, como otro factor de atracción turística.

Gracias a lo anterior, se puede desarrollar una oferta turística que abarque desde la parte culinaria hasta la parte recreativa, ya que cuenta la comunidad con los factores necesarios para ofrecer un servicio de calidad, haciendo uso de sus recursos naturales de una manera consciente y responsable procurando preservar el medio ambiente.

Referencias

- Alba, A., & Luna, G. (2006). Inventario de la oferta complementaria, comercial, de alojamiento, y recursos de la primera envolvente histórica de la ciudad de Puebla. *Tesis Profesional de la Licenciatura en Administración de Hoteles y restaurantes*. Cholula, Puebla, México: Universidad de las Américas Puebla. Escuela de Negocios y Economía.
- Búho. (21 de septiembre de 2021). *Branding de producto: ¿Cómo diferenciarte de la competencia?* Obtenido de <https://buhoagenciadigital.com/branding-de-producto-diferenciacion/>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (31 de julio de 2019). *Ley General del Turismo*. Obtenido de https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT_310719.pdf
- da Silva, D. (10 de marzo de 2022). *¿Qué es mercado meta? 4 tipos de segmentación de audiencia*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-mercado-meta/>
- González-Domínguez, I., & Palmas Castrejón, D. (2016). El método de la investigación-acción en el diseño e implementación de estrategias de

- gestión del turismo rural comunitario en México: El caso de San Francisco Oxtotitlan, Temascaltepec. *Revista Latinoamericana de Turismología*, 59-76.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson, Prentice Hall.
- Maldonado, M. (mayo de 2016). *Estudio de Mercado para el Desarrollo de una Aplicación Móvil Turística para el Centro Histórico de Puebla, Pue*. Obtenido de <https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/2171>
- Marketing 360°. (2018). *Observatorio Turístico de la Ciudad de Puebla*. Recuperado el 20 de agosto de 2022, de Temporada Semana Santa 2018: http://gobiernoabierto.pueblacapital.gob.mx/transparencia_file/turismo/2018/fto.77.41.st.18/st.77.41.Obs.Tur.18.pdf
- Morales, J. A., & Morales, A. (2009). *Proyectos de Inversión, Evaluación y Formulación*. México: McGraw Hill.
- Moya, P. I. (enero de 2015). *Mezcla de mercadotecnia: producto, precio, promoción y plaza*. Obtenido de <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2865?inline=1>
- NAFINSA. (1995). *Guía para la formulación y evaluación de proyectos de inversión, México, NAFINSA*. México: NAFINSA.
- Paz, J., Amozoc, E., & Osorio-Ochoa, Á. (2022). Conformación de experiencias gastronómicas rurales "Mazame". *II Encuentro Culinario de la Red CONAET*. México: Red CONAET.
- Piguave, V. (2016 de diciembre de 2016). *La investigación de mercados un desafío en nuestra economía, mirada práctica y creativa*. Ecuador: Mar Abierto. Obtenido de <https://munayi.uleam.edu.ec/wp-content/uploads/2021/11/la-investigacion-de-mercados.pdf>
- Secretaría de Turismo del Estado de Oaxaca. (2019). *Estudio de Mercado para potenciar el desarrollo y consolidación de productos y servicios turísticos, a través de la participación de las empresas y negocios del sector en el estado de Oaxaca - 2019*. México: CERTIFICADORA DE PROCESOS DE ADMINISTRACIÓN DE ACTIVOS S.A. DE C.V.
- SECTUR. (2002). *El Turismo Cultural en México. Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México*. México: CESTUR.
- UNWTO, W. T. (2022). *DESARROLLO SOSTENIBLE*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Zaniuk, B. (12 de abril de 2012). *Qué es la Dinámica del Mercado*. Obtenido de <https://empresayeconomia.republica.com/breves/que-es-la-dinamica-del-mercado.html>

Las MIPyMES en México y su prospectiva de crecimiento durante la pandemia del Covid-19.

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez¹, Dr. Enoch Yamil Sarmiento Martínez², Dr. Pedro Antonio Chambé Morales³, Dr. Roberto de Jesús Cruz Castillo⁴

Resumen

La pandemia del Covid-19, impactó de diversas formas en la sociedad. Esto conllevó a realizar cambios en la forma en que se realizaban diversas actividades cotidianas: como el trabajo, la adquisición de insumos y todo lo que requería la interacción entre individuos. Uno de los sectores que más afectados fue la economía de los países e individuos. Las MIPyMES son parte fundamental en el desarrollo económico de un país. La permanencia de las MIPyMES siempre ha sido un tema de estudio, ya que muchas no logran consolidarse y tienden a desaparecer. Esta permanencia fue aún más complicada con el surgimiento de la pandemia del Covid-19. Por lo tanto, es importante realizar un análisis del crecimiento y permanencia que han tenido las MIPyMES en México durante la pandemia. El presente trabajo se estructuró en tres partes, en la primera se aborda la cuestión conceptual y clasificaciones de la MIPYME, así como su actual importancia. En la segunda se mencionan y analizan 6 factores que influyen en la permanencia de las MIPyMES, y por último se aborda la prospectiva de éstas.

Palabras clave. MIPyMES, pandemia, Covid-19, permanencia, prospectiva.

¹ Doctora en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana. Profesora de tiempo completo en la Facultad de Contaduría y Administración Campus 1. E-mail: zoily.cruz@unach.mx, teléfono celular: 9615793086

² Doctor en Sistemas Computacionales por la Universidad del Sur. Profesor de tiempo completo en la Facultad de Contaduría y Administración Campus 1. E-mail: enoch.sarmiento@unach.mx, teléfono celular: 9613286062.

³ Doctor en Sistemas Computacionales por la Universidad del Sur. Profesor de tiempo completo en la Facultad de Contaduría y Administración Campus 1. E-mail: pedro.chambe@unach.mx, teléfono celular: 9612626572.

⁴ Doctor en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana. Profesor de Tiempo Completo en el CEUNE UNACH. E-mail: roberto.cruz@unach.mx, teléfono celular: 9626241161.

Introducción

Del total de empresas consideradas para un estudio realizado por la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas 2015 (INEGI, 2016) se identificaron que de los principales problemas que afectan el crecimiento de las empresas en México el 99.08 por ciento de las micro empresas de un total de 903,741 tiene como mayor problemática la falta de crédito.

También respecto a las empresas consideradas en esta encuesta, 12.6 por ciento imparte capacitación a su personal. De ellas, 73.7 por ciento de las empresas medianas y 55.8 por ciento de las unidades pequeñas, destinan tiempo y recursos para capacitar a sus empleados, en tanto que, de las microempresas, solo 11.5 por ciento realizan estas actividades. Por otra parte, 43.6 por ciento de las empresas medianas, además de aplicar las medidas de solución ante problemas que se presentan en el proceso de producción, también instrumentan procesos de mejora continua para evitar futuras eventualidades. Estas acciones se realizan en un 30.8 por ciento en las pequeñas empresas y en un 9.8 por ciento en las microempresas.

De acuerdo a una investigación realizada por Carrillo (s.f.), menciona que dentro de otros problemas que rodean a las MIPyMES se encuentran barreras que afectan su funcionamiento interno. Además de afectar áreas como la financiera, también se ven perjudicados los recursos humanos tal es caso de que, frente a situaciones complicadas, las empresas recurren a recortar personal lo cual suele ser una de las salidas más inmediatas ante la necesidad de recortar costos, cabe recalcar que eje interno de una empresa son sus colaboradores.

Las MIPyMES.

Comenzaremos por presentar algunas definiciones conceptuales del término MIPYME, lo que sirve de base para la comprensión de su actual importancia. Inicialmente, es posible considerar su origen, a partir de la crisis de finales de los setenta y principios de ochenta que había puesto en jaque el hasta entonces, “paradigma vigente”, ya que de ahí comienza un debate en torno al modelo de producción en masa del fordismo en términos de un nuevo paradigma, al que se denominó: “Especialización Flexible”, y que se asentó sobre las bases de

estructuras menos rígidas y más adaptables, uno de cuyos puntos de partida fue el estudio de las pequeñas empresas en Italia (Schmitz, 1993).

Hoy por hoy, cada país define a las MIPyMES utilizando pautas esencialmente cuantitativas, que, si bien poseen ciertas características similares, también tiene diferencias significativas. Incluso en algunos casos, no hay consenso dentro del mismo país; sin embargo, en la mayoría, las variables consideradas son cantidad de personal, cifra de ventas y niveles de inversión en activos.

Así, algunas definiciones están condicionadas por el estado de desarrollo del país, por los propósitos de quienes las enuncian o por el punto de vista de quienes las utilicen, por ejemplo: una de esas definiciones se apoya en las siguientes consideraciones:

1. Disponen de una parte reducida del mercado.
2. Está dirigida personalmente por sus propietarios.
3. Es independiente en cuanto a la adopción de decisiones, en relación a otras empresas; es decir, está libre de control externo (Saavedra, 1992).

Por esta razón, los organismos internacionales con el fin de canalizar los apoyos financieros y logísticos, también se han dado a la tarea de establecer clasificaciones para este sector (Saavedra y Hernández, 2008).

En este sentido, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), considera a la MIPYME como una entidad en la cual, tanto la producción como la gestión están concentradas en manos de una o dos personas responsables, así como las decisiones que se toman en la empresa (OIT, 1982).

En el caso de nuestro país, de acuerdo con la Secretaria de Economía, así se dividen las empresas en México:

- Microempresas (1 a 10 empleados).
- Pequeñas empresas (11 a 30 empleados del sector comercial, y 11 a 50 del sector comercial y de servicios).
- Medianas empresas (51 a 100 empleados del sector servicios, y 51 a 250 del sector industrial).

Otra clasificación, es de acuerdo con la Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa, reformada en 2019:

MIPYMES son micro, pequeñas y medianas empresas legalmente constituidas, con base en la estratificación establecida por dicha Secretaría, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y publicada en el Diario Oficial de la Federación, de la siguiente manera:

Estratificación por Número de Trabajadores			
Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

En ésta, se incluyen productores agrícolas, ganaderos, forestales, pescadores, acuicultores, mineros, artesanos y de bienes culturales, así como prestadores de servicios turísticos y culturales.

Lo anterior, nos da idea del alcance de éstas, por lo que actualmente sería imposible visualizar la economía sin las MIPYMES, ya que representan un gran porcentaje en la actividad económica del país, pues son una fuente primordial de ingresos, y por ende, las impulsoras del desarrollo social, ya que además generan un gran número de empleos.

Asimismo, las MIPYMES tienen gran capacidad de adaptación gracias a su pequeña estructura, fácilmente se pueden especializar en un nicho de mercado al que atienden, por lo que son entidades independientes predominantes en el sector comercial, siendo también las principales generadoras de innovación, y creadoras de productos individualizados, lo que las hace muy diversas y competitivas; además, en muchos casos auxilian a las grandes empresas en subcontratación de servicios, entre otras actividades.

Es tal la magnitud de su importancia, que de acuerdo a los censos económicos (INEGI, 2019), en México existen 4.9 millones de establecimientos del sector privado y paraestatal, con 27 millones de personas ocupadas en ellos, donde el 99.8% pertenecen al conjunto de establecimientos denominados micro, pequeños y

medianos. Entonces, del universo de empresas existentes, alrededor de 4.1 millones de empresas se consideran MIPYMES.

En este sentido, de acuerdo con la Secretaría de Economía (SE, 2020), el 95.4% de los negocios en México son microempresas, el 3.6% son pequeñas empresas, y el 0.8% medianas empresas; lo que suman el 99.8% del ámbito empresarial en nuestro país; esto, sin soslayar que los empleos y la economía están unidos de manera sólida, por lo que debemos considerar que el aporte de éstas, es de aproximadamente el 52% al Producto Interno Bruto (PIB), creando así un 72% de empleos formales en México, distribuido de la siguiente manera:

Microempresas: Generan ventas anuales de hasta 4 millones de pesos, conformando el 95% de empresas a nivel nacional, que aportan el 40% del empleo y el 15% del PIB en el país.

Pequeñas empresas: Generan ventas anuales de entre 4 y 100 millones de pesos, conformando poco más del 3% del total de empresas, y aportando el 15% del empleo, así como el 14% del PIB en el país.

Medianas empresas: Generan ventas anuales de entre 100 y 260 millones de pesos, conformando el 1% del total de empresas, y aportando el 17% del empleo y el 22% del PIB en el país.

De igual forma, en la última encuesta Nacional sobre Productividad Competitividad de las MIPYMES del INEGI (ENAPROCE, 2018), se señala que 77.5% de las pequeñas y medianas empresas, desea crecer o expandirse, mientras que al 22.5% le gustaría mantenerse en su nicho y no crecer, pues consideran que podrían tener complicaciones administrativas; no obstante, éstas deberían preocuparse por su crecimiento para asegurar su permanencia en el mercado; esto, apoyado en la profesionalización que es de suma importancia para el desarrollo de las MIPYMES, para que con conocimientos sólidos puedan maximizar sus recursos materiales, humanos y financieros de forma eficiente, y visualizando a los

colaboradores como el gran recurso, con responsabilidades bien definidas, dejando atrás el concepto del empleado como ayudante que debe ser vigilado, llevando a cabo procesos de reclutamiento estructurados para integrar el recurso humano de mayor calidad y lograr mayores resultados a corto plazo, ver al proveedor como socio de negocios y no como un contrincante, creando una simbiosis de rentabilidad económica; por último, utilizar de forma acertada la información financiera para la toma de decisiones, y conocer la rentabilidad y valor de la empresa, y por tanto generar mayor valor de mercado (Vidal, 2019).

Lo anterior, con miras a reducir o evitar el rezago económico en nuestro país, el cual es posible que tenga que ver con que la generación de conocimiento en México que se ha mantenido en niveles bajos, según la encuesta sobre Investigación y Desarrollo Tecnológico 2014, la cual arrojó que sólo el 6.4% de empresas tiene proyectos de innovación, y apenas el 1.6% de ellas llevan a cabo actividades de investigación y desarrollo tecnológico. Además, escasamente el 7.7% de las solicitudes de patentes fueron realizadas por nacionales en 2017. Eso, aunado al limitado acceso al financiamiento y las capacidades institucionales deficientes para promover o propiciar inversiones en investigación y desarrollo de nuevos productos o procesos, así como la desconfianza en el estado de derecho y la débil vinculación entre el sector educativo y productivo son causas asociadas al rezago en la innovación, y por tanto, en el crecimiento de la MIPYME. Para rematar, durante la pandemia, este sector perdió en ganancias por más de 30 mil millones de pesos, y de no reactivarse las actividades económicas, a finales de año las pérdidas habrían alcanzado los 250 mil millones de pesos.

Sin embargo, las MIPYMES al representar un gran porcentaje de las empresas en el país, son un medio de impulso del desarrollo al contribuir al crecimiento económico, ya que son entre otras cosas, las principales generadoras de empleos, y de acuerdo con el INEGI, son la base de la economía mexicana. De ahí, que desde el 2019 ante el reconocimiento de la importancia de las MIPYMES en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la necesidad de facilitar su acceso a la

microfinanciación y el crédito, se designó el 27 de junio como el día de las MIPYMES, con la finalidad de concienciar y fomentar el apoyo a éstas.

Hoy, en reconocimiento tácito de la trascendencia de las MIPYMES, el presidente de la República Andrés Manuel López Obrador, a través del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, emitió el siguiente DECRETO:

Se declara el 27 de junio de cada año, como el “día nacional de las MIPyMES mexicanas”.

Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 08 de junio de 2021. De ahí que, en lo sucesivo, sea preponderante continuar con el impulso y apoyo a las MIPYMES, como ese motor de crecimiento y desarrollo de nuestro país.

Factores de permanencia de las MIPyMES.

De acuerdo a una investigación realizada por (Zapata et al., s.f.), nos mencionan 6 factores que permiten la permanencia y desarrollo de la MIPyMES. A continuación, mencionamos los factores que ellos detectaron.

1. Competencia

El concepto de competencia busca, por un lado, una mayor exactitud en la predicción es que se hacen sobre el rendimiento futuro de las personas y su trabajo; y por otro, una mayor validez aparente en las técnicas e instrumentos de evaluación, es como se

llega a la adopción del concepto de competencia en el mundo empresarial (Armenteros et al., 2008).

Las tendencias mundiales se dirigen hacia el comercio electrónico, sin embargo, las PYMES adolecen de tecnología adecuada para enfrentar esta situación y a la competencia misma, por lo cual requieren liderazgo en TI, pensar

en un sistema de negocios, planeación de las TI y hacer que la TI trabaje (Ashurst et al., 2012).

2. Financiamiento

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

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

3. Innovación

La innovación es la introducción en el mercado de un producto o proceso nuevo o significativamente mejorado o el desarrollo de nuevas técnicas de organización y comercialización como lo define la OCDE y EUROSTAT (2005). En cambio, Escorsa y Valls (2003), la definen como idea nueva hecha realidad o llevada a la práctica; explotación con éxito de nuevas ideas. Teniendo la introducción de algo nuevo con el propósito de generar un cambio grande, radical como lo puntualiza Davenport (1996).

Para Shumpeter (1934) es la introducción de un nuevo bien o método, cambio en la calidad, apertura de un nuevo mercado, creación de una nueva organización. Según (Jiménez et al., 2012), la innovación es una de las variables más

representativas de la orientación emprendedora. Por tal motivo, Méndez (2002) afirma que la innovación “se ha convertido, durante la última década, en un concepto de uso cada vez más frecuente en todo tipo de ámbitos, consolidándose la idea de que un esfuerzo de innovación sostenido resulta ser un factor clave para mejorar la competitividad de las empresas y favorecer un desarrollo en los territorios”. Drucker (2002) identifica la innovación como una “herramienta específica de los empresarios” que permite generar cambios y explotar oportunidades de negocio para crear un valor económico que, hasta el momento, no ha existido. Lo anterior no significa que otros aspectos no sean importantes pues bien como describe Afuah (1999) la innovación “se basa en el conocimiento organizativo existente”.

4. Planeación estratégica.

La planeación estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro. Debe destacarse, que la planificación estratégica es considerada más que un mecanismo para elaborar planes, como un proceso de largo plazo, que debe ser conducido por un pensamiento estratégico, basado en un sistema gerencial inspirado en una cultura estratégica (Serna, 2002). La planeación estratégica es un proceso intrincado y complejo que lleva a cualquier organización a terrenos desconocidos. No da una receta para el éxito lista para usarse; más bien, constituye un recorrido para la organización y le ofrece un marco a tratar de responder preguntas y resolver problemas. Se utiliza para tener control de las decisiones y recursos en la organización. (Fred, 2008).

5. Recursos humanos.

En términos de Moreno y Rico (2002), las personas son las únicas capaces de conjugar formación, experiencia, creatividad, trabajo en equipo e información para obtener elementos diferenciadores relevantes. Son las que, con algo de suerte, dan nacimiento a activos intangibles, que se incrustan tanto en la cultura, los procesos, actividades y sistemas, como en los productos y servicios que vende la empresa. Georgiadis y Pitelis (2012) encontraron que las Pymes más productivas son las que están manejadas por los emprendedores con más experiencia. Asimismo, determinaron que las Pymes 12 más rentables combinaron su fuerza de trabajo (recursos humanos) con el trabajo realizado en base a la TI, junto con la calidad del servicio y la atención al cliente.

6. Tecnología

La tecnología puede ser definida como la aplicación práctica del conocimiento científico y del ingenio humano para el desarrollo o aplicación de productos, procesos, sistemas y servicios (De la Rica y Arbonies, 2003). Morita y Sony (1990), la ven como un conocimiento organizado para fines de producción, que se encuentra incorporado a la fuerza de trabajo (habilidades). Por ejemplo, en un estudio hecho en Korea, Lee (2013) encontró que la cooperación y asociación de Pymes son determinantes para la comercialización, en la cual la tecnología juega un rol crucial.

Prospectiva de la MIPyME.

Ante la coyuntura que originó la crisis iniciada en el 2019, producida por la pandemia de COVID-19, y que generó una alerta sanitaria en el mundo con un impacto sin precedentes en diversos sentidos, es claro que muchas MIPYMES pusieron en peligro su supervivencia, pero también ha sido un parte aguas para lograr que estas organizaciones sean reconfiguradas y reinventadas, buscando oportunidades para impulsar su continuidad, saliendo de su zona de confort, aprendiendo nuevas habilidades, utilizando la tecnología como forma de

acercamiento al cliente, y sobre todo, perdiendo la costumbre de realizar las mismas actividades de siempre.

Sin embargo, es probable que la presente moderación económica del país influya en corto plazo sobre los planes de gasto de las empresas y de los consumidores, además de que se mantendrá la cautela sobre los indicadores económicos; no obstante, diversos analistas confían en la oportunidad de un mejor comportamiento económico, y por ende, un mayor crecimiento de las MIPYMEs.

En este sentido, y de acuerdo con lo proyectado por el Banco de México (2021): *“México crecerá más de lo previsto en 2021. En la presentación del informe trimestral, el Banco de México ha revisado al alza sus proyecciones para este año a una horquilla de entre el 5% y el 7%, con un escenario central del 6%. Su pronóstico anterior estaba entre el 2,8% y el 6,7%. Sin embargo, la institución ha corregido a la baja su principal proyección para 2022, de un 3,3% a un 3%. El mayor optimismo se debe a los cuantiosos programas de estímulo en Estados Unidos y a la reactivación tanto de la economía mexicana como de la global gracias al avance de la vacunación frente a la covid-19. Al mismo tiempo, se espera una inflación del 4,8% para el cierre del año, lejos de la meta del 3%.*

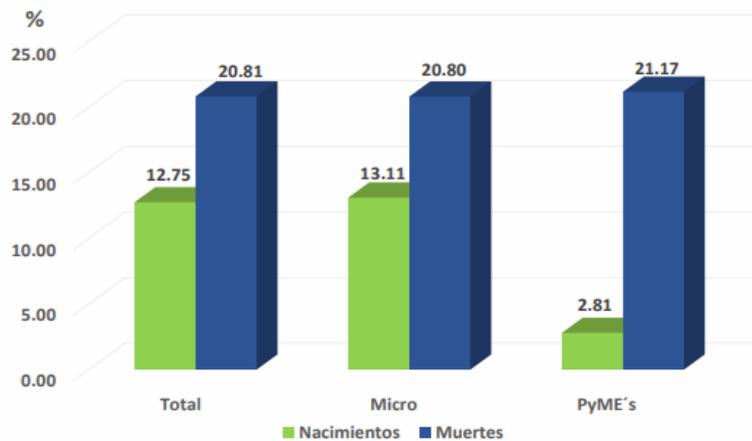
El banco central anticipa una vuelta más rápida a la normalidad tras el histórico desplome del 8,5% en el PIB durante 2020, la mayor caída desde la crisis de los años treinta. El crecimiento del 0,8% en el primer trimestre, inesperado porque se dio en plena segunda ola de contagios, ha obligado a revisar, para mejor, las proyecciones de la institución para el resto del año. Si se cumple el escenario central del 6%, se prevé que la actividad económica del país vuelva a sus niveles anteriores a la pandemia en el segundo trimestre de 2022. Si, en cambio, el PIB crece un 7%, esto puede adelantarse a finales de este año.”

En este contexto, surge además una inquietud por el crecimiento de las empresas en el entorno económico actual, por la trascendencia económica, política y social que tienen la mayoría de estas organizaciones en México, ya que las

pequeñas y medianas empresas (PYMES), según el INEGI, son las principales empleadoras. Este tipo de empresas, si bien fueron afectadas por el entorno económico actual, también sabemos que la mayoría ha sobrevivido, tal como se muestra en las siguientes gráficas, presentadas en el Estudio sobre Demografía de Negocios (EDN) del INEGI 2020, cuyo propósito fue identificar los cambios que ha tenido el conjunto de unidades económicas micro, pequeñas y medianas del país, en el contexto de la pandemia por COVID-19, y que desarrollan actividades económicas de los sectores manufacturero, comercial y de servicios privados no financieros, a 17 meses de concluidos los Censos Económicos 2019, para conocer su situación demográfica, distinguiendo a los establecimientos que han iniciado actividades en el periodo de mayo de 2019 a septiembre de 2020, los que cerraron definitivamente en ese mismo periodo (gráficas 1 y 2) y aquellas que se mantienen operando (gráfica 3).

Gráfica 1.

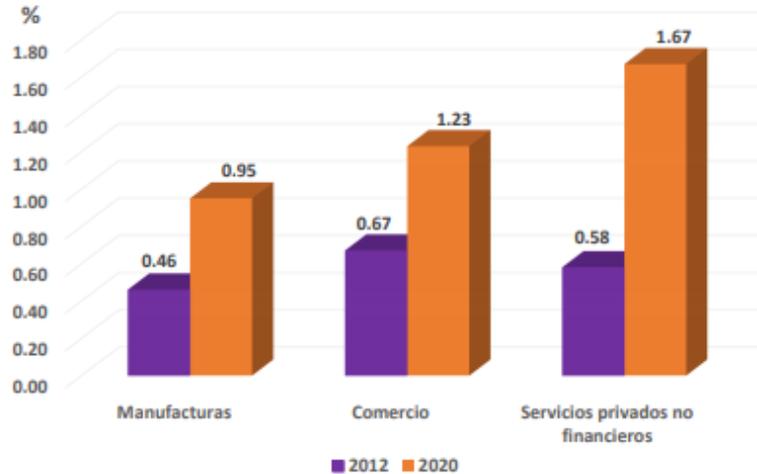
Proporción de nacimientos y muertes de establecimientos a nivel nacional, por tamaño de establecimiento



Fuente: INEGI, 2020.

Gráfica 2.

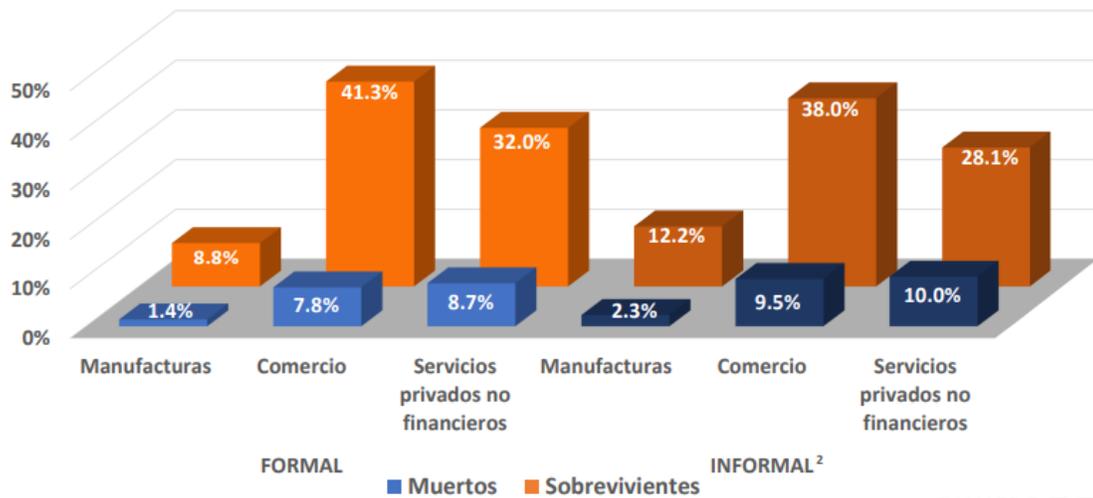
Tasa mensual de muertes de establecimientos a nivel nacional, por sector de actividad económica 2012-2020



Fuente: INEGI, 2020.

Gráfica 3.

Proporciones de sobrevivencia y muerte de establecimientos formales e informales con respecto a sus universos iniciales en 2019¹, por sector de actividad económica



Fuente: INEGI, 2020.

Las gráficas anteriores, permiten darnos cuenta que la MIPYME ha resistido los embates de la actual crisis económica, y en términos generales, es la que ha sostenido a la economía mexicana, así también los pronósticos económicos son halagadores para el futuro económico nacional y el desarrollo de estas organizaciones, a las cuales se les augura un crecimiento a corto mediano y largo plazo.

Teniendo en cuenta la actual situación económica, es determinante que estas empresas mejoren sus procesos administrativos, para poder actuar y crecer en este nuevo escenario, siendo la “profesionalización”, vital en el gran desafío para lograr la sostenibilidad de las MIPYMES; esto, puede lograrse reconfigurando, reestructurando, reinventando y siendo creativo en la búsqueda constante de aportar valor a las necesidades de los clientes; además, con la tecnología y/o buscando aliados para la utilización de servicios online; apoyándose en la internacionalización, la prudencia financiera y el desarrollo en tecnología e innovación, (Expansión, 2020).

Sin embargo, debemos tomar en cuenta que hay un desplazamiento del poder hacia Asia, y concretamente hacia China, y no sólo del poder económico sino también del político y cultural, lo cual nos exige estar atentos a las oportunidades que esto representa, (El País 2018). De ahí que la pequeña y mediana empresa nacional, deben estar preparadas para ello, y ahora es la oportunidad de sentar las bases de un crecimiento sano y bien planeado, donde simultáneamente se fortalezca el mercado interno y se aprovechen aquellos nichos de mercado poco explotados, siempre rigiéndose con prudencia financiera y la apuesta a la profesionalización, la tecnología y desarrollo del talento.

Conclusiones.

Después de hacer un análisis de la importancia de las MIPyMES en México, en la cual son el motor de la economía los países. En dicho análisis pudimos apreciar que las MIPyMES que logran permanecer son pocas en proporción con las que se

crean. Esta permanencia se vio afectada por la pandemia del Covid-19, por lo que es necesario establecer diversas estrategias que permitan su permanencia y crecimiento. Por lo que las seis estrategias analizadas, son importantes y necesarias para que las MIPyMES logren permanecer y crecer, conllevando así a un número mayor de empleos y por ende a una mejor calidad de vida de los trabajadores.

Referencias

- Aguirre A. (1992). Fundamentos de Economía y Administración de Empresas. Primera Edición. Editorial Pirámide, México.
- Afuah, A. (1999). La dinámica de la innovación organizacional: el nuevo concepto para lograr ventajas competitivas y rentabilidad. México: Oxford University, pp. 496.
- AMLO, Conferencia de prensa, 2020
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/551305/Infograf_a_conferencia_de_Prensa_2_070520.pdf
- Armenteros, M.; García, N., y Negrin, R. C. (2008). Innovación educativa en la formación de directivos. Experiencias desde un enfoque basado en competencias. *Journals Ingeniería Industrial*. DOAJ. 29(1), pp. 34-41.
- Ashurt, C.; P. Gragg; P. Herring (2012). The role of IT competences in gaining value from ebusiness: An SME case study. *International Small Business Journal*, 30(6), pp.640-658.
- Banco de México. (2013). Evolución del Financiamiento a las Empresas durante el Trimestre Octubre–Diciembre de 2012. México, D.F.: Comunicado de Prensa
- Carrillo, J. (s.f.) Factores endógenos y exógenos que influyen en la permanencia de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en México. Comparación con los países bajos. [Tesis de licenciatura no publicada]. Universidad Vasco de Quiroga.
http://dspace.uvaq.edu.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/226/1/Texto_completo.pdf
- Crecimiento económico.<https://elpais.com/mexico/economia/2021-06-02/el-banco-de-mexico-mejora-la-proyeccion-de-crecimiento-hasta-un-7-para-2021.html>
- CONDUCEF. <https://www.gob.mx/condusef>
- Danvenport, T.H. (1996). Innovación de procesos. Madrid: Díaz de Santos, pp.

- De la Rica, R. y Arbonies, A. (2003). De la empresa jurásica a la empresa evolutiva. Un nuevo modelo organizacional nacido de Internet y la gestión del conocimiento. Santiago de Compostela: Editorial Tórculos.
- DOF, 2009. Diario Oficial de la Federación de fecha 30 de junio de 2009. http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009
- DOF, 2021. Diario Oficial de la Federación de fecha 08 de junio de 2021. http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5620635&fecha=08/06/2021
- Drucker, Peter (2002). The discipline of innovation. Harvard Business Review, Vol. 63, pp. 95- 103.
- ENAPROCE, Encuesta Nacional sobre productividad INEGI. [https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018/#:~:text=Encuesta%20Nacional%20sobre%20Productividad%20y,y%20Medianas%20Empresas%20\(ENAPROCE\)%202018](https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018/#:~:text=Encuesta%20Nacional%20sobre%20Productividad%20y,y%20Medianas%20Empresas%20(ENAPROCE)%202018)
- Efectos de la pandemia en la MIPyME. <http://contadores-aic.org/analisis-de-la-sostenibilidad-de-las-mipymes-por-el-efecto-de-la-pandedimia-covid-19/>
- Elosegui, P. Blanco, E. Demian, P. y Panigo (2007). El impacto asimétrico de las restricciones al financiamiento en Argentina. Comparación por sector, tamaño y origen del capital (1995- 2003), Buenos Aires, bcra, documento de Trabajo 2007/24, 2007.
- Escorsa Castells, P. y Valls P.J. (2003). Tecnología e innovación en la empresa. Barcelona: UPC, pp. 325.
- Futuro de la MIPyME. <https://expansion.mx/opinion/2013/08/07/cual-es-el-futuro-de-las-pymes>
- Georgiadis, A.; Ch. Pitelis (2012). Human resources and SME performance in services: empirical evidence from the UK. International Journal of Human Resource Management, 23(4), pp. 808-825.
- Gobierno de México. *COVID 19, medidas económicas*. <https://www.gob.mx/covid19medidaseconomicas>
- Instituto Nacional del Emprendedor. (2016). Diagnostico 2016 del Fondo Nacional Emprendedor. Ciudad de México: INADEM
- INEGI. (13 de Julio de 2016). www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_07_02.pdf
- INEGI, Estudio sobre Demografía de Negocios 2020. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/edn/2020/doc/EDN2020Press.pdf>
- Lee, J. (2013). A study on the effects of SME technology planning competency on the success of commercialization. Journal of Technology Innovation, 21 (1), pp. 253-278.

- Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa. 13 de Agosto de 2019.
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/ldcmpme.htm>
- Méndez, R. (2002). Innovación y desarrollo territorial: algunos debates teóricos recientes. En: Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales. 28(84), pp. 63-84.
- Moreno, I.; Rico, J.M. (2002). Los activos humanos como factores de competitividad de la empresa y su tratamiento contable. Revista Universidad EAFIT, pp. 125
- OIT, Organización Internacional del Trabajo <https://www.ilo.org/global/lang-es/index.htm>
- Saavedra G, María y Hernández C, Yolanda, Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo.
<https://www.redalyc.org/pdf/257/25711784011.pdf>
- Schmitz, H. (1993). Small firms and flexible specialization in developing countries. En B. Späth, Small firms and development in Latin America (págs. 119-149). Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Schumpeter, J. (1934). The theory of economic development. Cambridge: Harvard University Press.
- Secretaría de economía. Programa sectorial derivado del plan nacional de desarrollo 2019-2024.
<https://mail.google.com/mail/ca/u/0/#inbox?projector=1>
- Secretaría de gobernación (SEGOB), Gobierno de México. *Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024* (2019, 12 de julio) Diario Oficial de la Federación.
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019
- Secretaría del trabajo y previsión social, 2021, *Comunicado Conjunto 0005/21 Secretaría de Trabajo y Previsión Social*.
<https://www.gob.mx/stps/prensa/comunicado-o005-2021>
- Serna, H (2002). Gerencia Estratégica: Planeación y Gestión-Teoría y Metodología. 7ma Edición. 3R Editores. Colombia.
- Yoguel, G. (1999). Las restricciones exógenas: la visión de las firmas, en Yoguel y Moorikoenig (comps), Los problemas del entorno de negocios. Desarrollo competitivo de las Pymes argentinas, Los Polvorines, Pcia. De Buenos Aires, Fundes Argentina y Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Zapata K., Medina J., Lara J. (s.f.) Factores críticos de éxito para la permanencia de las pymes en el mercado.
<http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/revistas/1/4%20tematica%201.pdf>