LIBRO UNIVERSITARIO

ESTUDIO DE LAS ORGANIZACIONES Y SU ENTORNO REGIONAL

OAXACA EN LA SUSTENTABILIDAD

Autores: Rosendo Martínez-Jiménez; Guillermo Trejo-Carbajal; Miguel Ángel López-Velasco; Rosa María Velázquez-Sánchez

ISBN 978-607-97419-5-2

Editorial TECCIS A.C.
Textos Técnicos Ediciones Científicas
Primera Edición

2018
Impreso en México
Este ejemplar se publicó el 6 de marzo de 2018, en Editorial TECCIS A.C.
Calle 14 No. 38 Colonia San Francisco, Campeche, Campeche. México. C.P. 24010
Número de ejemplares: 1000

ISBN: 978-607-97419-5-2

ACERCA DE LOS AUTORES

Rosendo Martínez-Jiménez es Doctor en Ciencias de la Administración, con perfil PRODEP, imparte cátedra en la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca (UABJO), forma parte del Cuerpo Académico Emprendedores UABJO-CA-46 ante la Secretaría de Educación Pública de México. Reconocimiento por The Institute for Business and Finance Research en las Vegas Nevada, Estados Unidos. Como mejor trabajo de investigación con el tema: "Análisis de la seguridad social, proyecciones y perspectivas económicas y sociales en el sistema de pensiones de la UABJO".

Guillermo Trejo Carbajal es Maestro en Fondos de Pensiones por la Universidad Alcala España, con perfil PRODEP, imparte cátedra en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca, forma parte del Cuerpo Académico Emprendedores UABJO-CA-46 ante la Secretaría de Educación Pública de México. Reconocimiento por The Institute for Business and Finance Research en las Vegas Nevada, Estados Unidos. Como mejor trabajo de investigación con el tema: "Análisis de la seguridad social, proyecciones y perspectivas económicas y sociales en el sistema de pensiones de la UABJO".

Miguel Ángel López Velasco es Maestro en Administración, imparte cátedra en la Facultad de Contaduría y Administración, de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca forma parte de la Agencia de Desarrollo Integral de la UABJO. (ADIS- UABJO). Asistente de investigación en la FCA.

Rosa María Velázquez Sánchez es Doctora en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional, con perfil PRODEP, miembro del Sistema Nacional de Investigadores, imparte cátedra en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca, y forma parte del Cuerpo Académico Negocios y Desarrollo, ante la Secretaría de Educación Pública de México.

CUERPO DE ARBITRAJE

Dra. Sandra B. Zavaleta Herrera

Mtro. Guillermo Trejo Carbajal

Dr. Rosendo Martínez-Jiménez

Dra. Rosa María Velázquez Sánchez

Mtro. Miguel Ángel López Velasco

Dra. Ana Luz Ramos Soto

Dra. Yuber Liliana Rodríguez Rojas

Dra. Ximena Lucía Pedraza Nája

Dra. Evelia Rojas Alarcón

Dr. Joas Gómez García

Dr. Félix Rogelio Flores

INTRODUCCIÓN

El presente ejemplar nombrado: Estudio de las Organizaciones y su Entorno Regional, contiene 25 trabajos de investigación, divididos en cinco capítulos: en el primer capítulo se desglosan los artículos relacionados con la temática de investigación: “Innovación y Desarrollo Sustentable de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas” siguiendo con “Microfinanzas Mercadotecnia e Innovación”; “Emprendedores y Desarrollo Sustentable Regional”; “Economía y Educación”; finalmente el capítulo quinto es la línea de investigación: “Ámbito Laboral, Contable y de Seguridad Social”.

Todos los trabajos que se presentan en cada uno de los capítulos fueron seleccionados y evaluados por árbitros, bajo el proceso doble ciego, por lo que solo se incluyen aquellos trabajos que cumplieron con el rigor metodológico y científico establecido por el comité editorial 2018.

Los autores y coautores de los temas de cada uno de los capítulos nos brindan un intercambio de experiencias y resultados distintos ya que provienen de diferentes Instituciones Educativas a nivel Internacional, Nacional y Estatal.

Cada artículo contenido en esta obra se realizó con el fin de reforzar el conocimiento y motivar a la investigación científica de cada lector.

CONTENIDO

CAPÍTULO I **2**

INNOVACIÓN Y DESARROLLO SUSTENTABLE DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS…… 2

Las relaciones como estrategia de sobrevivencia en el contexto de pequeñas cooperativas culturales de la Ciudad de México…… 3

Evaluación de los programas de fomento a la exportación de las PYMES mexicanas…….... 35

La importancia de la profesionalización en el desarrollo de la micro cooperativa: El caso de alimentos procesados la floresta……...……...51

CAPÍTULO II **63**

MICROFINANZAS, MERCADOTECNIA E INNOVACIÓN……..……63

Prácticas comerciales de las cooperativas de la Ciudad de México……..……... 64

Estrategias de marketing de sostenibilidad para la comercialización de mermelada orgánica de Xoconostle……..…….. 79

Una aproximación del marketing de relaciones a las expectativas de la gestión de calidad educativa de nivel superior…….……....100

Factores de competitividad en la industria del bordado y confección de uniformes del Estado de Querétaro…….……120

Soft System Methodology: Una revisión a la literatura…….……128

CAPÍTULO III **141**

EMPRENDEDORES Y DESARROLLO SUSTENTABLE REGIONAL…….. 141

La administración y el manejo de las areas naturales protegidas en la región de los Valles Centrales de Oaxaca…… 142

Horizontes que guían el desarrollo sostenible en el Municipio de San José Independencia, Tuxtepec, Oaxaca. México……152

El huerto familiar como alternativa de seguridad alimentaria y de desarrollo sutentable. Estudio de caso, Villa de Zaachila Oaxaca……...178

La competitividad en la industria de la cerveza artesanal y su incidencia en la generación de empleos en el Estado de Oaxaca……..193

Análisis costo-beneficio de la cadena forestal: El caso de la empresa forestal maderable en Oaxaca……..210

Los atractivos turísticos del municipio de Tlacolula de Matamoros, Oaxaca y su relación con el patrimonio biocultural……236

CAPÍTULO IV 257

ENTORNOS EN EDUCACIÓN Y ECONOMÍA REGIONAL……257

Retos de la Educación Superior para la Innovación y el Desarrollo en la Nueva Economía……258

La implementación del modelo educativo aprendizaje basado en problemas en la FCA de la UABJO…… 268

Intervenciones en salud generadoras de entornos saludables en el mercado "Benito Juárez" de Puerto Escondido, Oaxaca……...277

Análisis del clima organizacional de una institución de nivel superior……..288

Estudiantes universitarios y las TICS……300

El impacto negativo de las reformas estructurales en México, han fomentado la informalidad……318

CAPÍTULO V **333**

ÁMBITO LABORAL, CONTABLE Y DE SEGURIDAD SOCIAL……...333

VINCULACIÓN IRREGULAR AL SISTEMA GENERAL DE SEGURIDAD SOCIAL EN COLOMBIA. Análisis de los afiliados como independientes a la NUEVA EPS……...334

Control interno en una empresa privada de servicios en la región de Valles Centrales, Oaxaca……... 363

El clima organizacional en una dependencia de la Administración Pública Estatal…...373

Los valores éticos. Pilares en el desempeño del servidor público……..390

Aplicación estratégica del ISR a través del RIF para el micro y pequeño comerciante……401

CAPÍTULO I

INNOVACIÓN Y DESARROLLO SUSTENTABLE DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

CONTENIDO

Las relaciones como estrategia de sobrevivencia en el contexto de pequeñas cooperativas culturales de la ciudad de México. (IPN-UPIICSA)

Evaluación de los programas de fomento a la exportación de PYMES mexicanas. (IPN-UPIICSA)

La importancia de la profesionalización en el desarrollo de la micro cooperativa: el caso de alimentos procesados la floresta. (IPN-UPIICSA)

LAS RELACIONES COMO ESTRATEGIA DE SOBREVIVENCIA EN EL CONTEXTO DE PEQUEÑAS COOPERATIVAS CULTURALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Gabriela Medina Tapia
Gibrán Rivera González

Resumen

Ante los problemas generados por un sistema capitalista se ha planteado la creación de organizaciones que trabajen bajo distintos principios en donde se privilegien el bien común, la cooperación, el cuidado del medio ambiente, la distribución equitativa de recursos (Erdal, Summers, Harnmejer, Woodward, & A R George, 2016), etc. Un caso particular de estas organizaciones, son las cooperativas dedicadas a la creación y promoción de la cultura, cuya operación les ha permitido contribuir a la disminución de problemas sociales de delincuencia, deserción escolar, violencia, entre otros (Araya, 2012).

Sin embargo, en México, la literatura sobre estas organizaciones es escasa, en particular aquella que hace referencia a las relaciones que establecen las cooperativas como fuente de fortalecimiento y crecimiento. Estudiar las relaciones que establecen las cooperativas con otros actores de su ecosistema resulta importante dado que se ha sugerido que para que esta industria florezca se necesita de la creación de alianzas público-privadas y clústeres ya que, debido a la pluralidad de sus actividades, dependen en gran medida de las relaciones que establecen con otros actores de su ecosistema para sobrevivir en un ambiente altamente dinámico.

La presente investigación, por tanto, propone, a través de un estudio cualitativo exploratorio, investigar las relaciones que establecen las sociedades cooperativas del sector cultural de la Ciudad de México con agentes de su entorno, así como sus características e impacto en su desempeño. El estudio se basa principalmente en el uso de entrevistas semi-estructuradas a miembros de seis sociedades cooperativas, cuyos datos generados son analizados a través de un proceso inductivo guiado por principios de Teoría Fundamentada (Glaser y Strauss, 1969). Los resultados del estudio permiten mostrar un panorama de los

actores con los que interactúan las cooperativas de este sector, cuáles son las razones por las qué crean dichas relaciones, en dónde se han originado, cómo han sido, qué beneficios les han traído y complicaciones o barreras que han encontrado en su interacción.

Palabras Clave:

Pequeñas cooperativas culturales, estrategias de sobrevivencia, agentes de relación, Ciudad de México, características y beneficios de las relaciones.

Introducción

Ante los problemas generados por un sistema capitalista se ha planteado la creación de organizaciones que trabajan bajo distintos principios en donde se privilegien el bien común, la cooperación, el cuidado del medio ambiente, la distribución equitativa de recursos (Erdal et al., 2016), etc. Un ejemplo de este tipo de organizaciones son las Sociedades Cooperativas, que se han convertido en agentes representativos de la Economía Social, y que son vistas como una alternativa de organización y doctrina (Galindo, 1987).

Un caso particular de cooperativas son las dedicadas a la creación y promoción de la cultura que a través de actividades artísticas han contribuido a la disminución de problemas de delincuencia, deserción escolar, violencia, entre otros (Araya, 2012). De acuerdo con el Banco Interamericano de Desarrollo y la UNESCO (Buitrago & Duqué, 2014) las industrias culturales producen entre el 6.1 % y 7.3 % del PIB mundial, son una fuente importante de empleos, generando 23.3 millones en las Américas. En México este sector impacta con 4.8 % en el PIB, del cual la Secretaría de Cultura Nacional señala que la aportación de esta industria específicamente a actividades culturales y artísticas sobre el PIB es de 2.8 % (Secretaría-de-Cultura, 2017). Además, en el caso particular de México, las organizaciones que pertenecen a este sector han demostrado estar presentes en labores sociales que hagan frente a eventos caóticos en la ciudad, tales como el reciente sismo del 19 de septiembre.

Planteamiento del problema

A pesar de su importancia en el mundo y en México, y aunado a las adversidades que enfrentan las pequeñas organizaciones en un mercado altamente competitivo, las organizaciones culturales se enfrentan a una concepción errónea del valor que tienen las actividades ofertadas en el sector, debido a que la sociedad en general espera que los servicios culturales sean otorgados de manera gratuita por el Gobierno. Sin embargo, las posibilidades de que estas organizaciones puedan acceder a los recursos destinados por el Gobierno son reducidas, al ser homologadas con instituciones sin fines de lucro (Ramos, 2011), lo que las hace vulnerables al no contar con estímulos fiscales exclusivos para su impulso y fortalecimiento.

Mayor es su problemática cuando las cooperativas culturales se asumen como dependientes a los estímulos gubernamentales existentes y cuando gran parte de su oferta cultural está sujeta a actividades estacionales y a las creaciones tangibles que puedan llegar a generar (Ramos & Maya-Jariego, 2013; Ferrándiz, 2011).

Ante la situación que enfrentan las organizaciones culturales, el BID (2017) ha sugerido que para que esta industria florezca se necesita de la creación de alianzas público-privadas y clústeres. De manera similar, Horng, Chang & Chen (2012) observan que las organizaciones culturales, debido a la pluralidad de sus actividades, dependen en gran medida de las relaciones que establecen con otros actores de su ecosistema para sobrevivir en un ambiente altamente dinámico. Esto se entiende cuando en este sector las organizaciones se ven en la necesidad de buscar alianzas para complementar conocimientos (Horng et al., 2012), recursos (I. Ramos & Maya-Jariego, 2013), tecnología y mercado (Horng, Chang, & Chen, 2012). Por su parte Anderson, Drakopulou, & Jack (2010) hacen énfasis en como todos los sectores económicos están caracterizados por un incremento dramático de actividades relacionales en varias formas de conectividad inter-organizacional. Finalmente los autores Lucena et al. (2008) mencionan que dentro de la revolución informacional es necesario formar redes y flexibilizar las relaciones de trabajo. Los puntos anteriores coinciden con la tendencia de las cooperativas a asociarse en Uniones, Federaciones y Confederaciones a través de las cuales se integran y promueven estrategias encaminadas a tener un mejor trabajo colectivo, que se traduce en una mejor

imagen, mayor alcance, potencialidad aumentada y reforzamiento de su naturaleza (Lucena, Hernández-Arias y Zapata Rotundo, 2008).

Objetivo

Si bien es clara la importancia que tienen las relaciones en el sector cultural en México, también es de reconocer que existe poca literatura que haga referencia a las relaciones y su importancia en el contexto cooperativo, lo que invita a profundizar en su estudio. Por lo tanto, el objetivo del presente trabajo es describir las características e importancia de las relaciones que establecen las cooperativas culturales de las Ciudad de México, para lo que se realiza un estudio cualitativo descriptivo que permita caracterizarlas. En su conjunto el estudio busca dar respuesta a preguntas tales como qué son las relaciones, dónde surgen, quienes participan, cómo son, qué las lleva a constituirse y qué las afecta.

Marco teórico

Cooperativismo

En términos de antecedentes del cooperativismo, se pueden encontrar aquellas corrientes teórico políticas que contrarrestaban los efectos negativos de un sistema capitalista, de las cuales la que tuvo una mayor influencia en la creación de sociedades cooperativas fue la de "Los Utópicos", quienes pensaban que la causa de los problemas estaba en la privatización de los medios de producción, lo cual daba pie a la explotación laboral. Los principales exponentes de esta teoría fueron Roberto Owen, Charles Fourier y Saint Simón (Galindo, 1987).

La Alianza Cooperativa Internacional (2015) define a las cooperativas como asociaciones autónomas de personas con necesidades económicas, sociales y culturales en común, que se unen voluntariamente a través de una sociedad de propiedad conjunta, donde existe un control democrático basado en valores de autoayuda, auto-responsabilidad, democracia, equidad y solidaridad. De manera similar, de acuerdo con Erdal et. al (2016) estas organizaciones se rigen bajo una democracia económica, que considera la autonomía,

responsabilidad, voto y punto de vista, y el derecho de cada colaborador de participar en la toma de decisiones de la organización. A su vez, las cooperativas son consideradas como organismos de la Economía Social la cual define el INAES (2016) como actividad económica que realizan los agentes del sector social, cooperativas, mutualidades, las fundaciones y las asociaciones (Osorno, 2013), que da prioridad a la toma de decisiones democráticamente, los recursos como propiedad social, y la manera equitativa de distribuir los beneficios entre los integrantes de las empresas que representan a esta alternativa.

Datos de la International Co-operative Alliance (I.C.A) (2015) reflejan que el sector cooperativo cuenta con cerca de 1,000 millones de miembros, de los cuales las cooperativas generan empleos para por lo menos 250 millones de personas, representado por el Informe Internacional de Cooperativas (I.C.A., 2014) en facturaciones de 2.2 billones de dólares de las primeras 300 cooperativas que existieron en el mundo.

Cooperativismo en México: Antecedentes y Actualidad

Los indicios de actividades cooperativas en México se remontan a la época colonial donde funcionaban algunos almacenes comunales para conservar cosechas que les permitieran enfrentar las malas temporadas; más tarde en 1550, nacen los pueblos que funcionan como hospitales en el Estado de Michoacán; en 1873, surge la primera cooperativa de producción mexicana formada por sastres (Confecoop, 2012). Considerando el Tratado de Cooperativismo Mexicano de Coria (1952) los eventos más significativos del cooperativismo nacional dieron paso a la apertura del primer taller cooperativo del Círculo Obrero de México, el 16 de septiembre de 1873, que impulsó y fue gran ejemplo para la creación de algunas sociedades mutualistas. De acuerdo con la Confederación de Cooperativas de Colombia (Confecoop) (2012) las cooperativas que surgieron a partir de entonces obtienen reconocimiento legal hasta 1889, reconocidas en el código de comercio como unidades económicas cuyas características para operar y organizarse difieren a las de una empresa privada.

Es importante considerar que las experiencias y los hallazgos europeos sobre esta forma de organización influyeron en gran medida en el desarrollo del cooperativismo nacional mexicano (SINCA, 2014), incluso existen pruebas de que la comunidad mexicana se vio en

la necesidad de aprender otros idiomas, como el francés, que le permitieran entender la manera de organizarse y buscar el bienestar social como lo estaban haciendo en otros países (Coria, 1952).

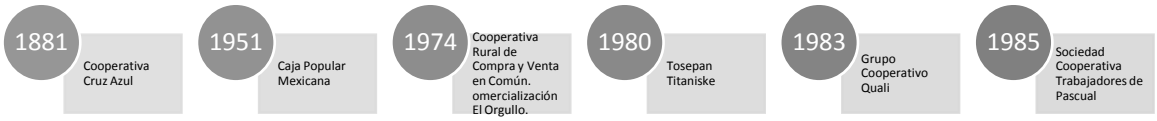
A lo largo de los años el giro de las cooperativas mexicanas ha ido diversificándose y al surgir como régimen de autodefensa social, hasta el año 1917 se les incluye como modelo de organización en la constitución política, y en 1927 se dicta la primera ley sobre cooperativas (Galindo, 1987).

Datos de Confecoop (2012) muestran que un ejemplo de la evolución que puede tener una cooperativa al convertirse en una empresa multinacional, es la Cooperativa Cruz Azul, que en la actualidad es una de las cooperativas más grandes del país, cuya esencia actual ha sido la conformación de cooperativas independientes y autoadministrables que coinciden en las actividades productivas de cemento, y siguen ofreciendo oportunidades de desarrollo y progreso en las regiones donde se ubica alguna de sus plantas.

En general, hablando de cooperativas en México y a través de datos proporcionados por el INAES (2014) se encuentran tres datos estadísticos que muestran la situación de estos organismos: 15, 000 organizaciones de base, que agrupan a 7 millones de socios y en las cooperativas de ahorro y préstamo se manejan activos por más de 90 mil millones de pesos.

Finalmente, se presenta una lista de Cooperativas Mexicanas que más reconocimiento tienen a nivel nacional e internacional (figura 1).

Figura 1. Cooperativas mexicanas con mayor reconocimiento.



Fuente: Elaboración propia, basado en el ABC de la Economía Social e INAES (SEDESOL & INAES, 2017)

La Industria cultural

De acuerdo con Blythe (2001) la industria creativa fue reconocida en Gran Bretaña desde 1998 e incluida en el Departamento de Cultura, Medios y Deportes, como aquella industria

que engloba actividades que tienen sus orígenes en la creatividad, habilidad y talento que posee un individuo con el potencial de generar riqueza y crear trabajos, por medio de la creación y explotación de la propiedad intelectual.

Esta industria se compone de la publicidad, arquitectura, el arte y el mercado de antigüedades, artesanías, diseño, diseño de modas, películas, software interactivo del ocio, música, artes escénicas, televisión y radio (Jeffcutt & Pratt, 2002).

Para Ramos & Maya-Jariego (2013) se trata de una industria que se caracteriza por tener actividades estacionales, depender de los recursos públicos destinados por la administración pública y el resultado artístico de cada actividad, es decir el producto cultural resultante, que puede manifestarse en discos, obras de teatros, filmaciones, planos arquitectónicos, etc.

Las empresas de la industria cultural

Las empresas que participan en esta industria, tienden a vivir en la volatilidad de un mercado que depende de la creatividad y la innovación enmarcada en términos de originalidad. Se trata de empresas que basan su sobrevivencia en la creatividad, empoderamiento si es necesario para algunas regiones, y su capacidad de emprendimiento, entendiendo este último como la toma de riesgos para crecer y salir de su lugar de origen, tal como se da en los negocios de los artesanos por ejemplo (Salgado, García, & Demuner, 2015).

En el caso de México, las pequeñas empresas que pertenecen al sector, dependen en gran medida de los fondos federales y se homologan con las organizaciones sin fines de lucro que atienden demandas sociales muy particulares, como las asociaciones, aun cuando estas Pymes tienen la capacidad de ser productivas en su sector (R. Ramos, 2011). Las empresas de este sector, tienen un mercado cautivo al que deben seguir atendiendo, pues cifras de la Secretaría de Cultura (2017) muestran que en el año 2016 por lo menos 15.3 millones de personas asistieron a actividades artísticas y 14 millones acudieron a ver películas en salas cinematográficas que fueron realizadas con el trabajo de estas empresas mexicanas.

Las relaciones en el mundo de las organizaciones

Para Herrera (2000) la relación social es “la célula del tejido social”, si se hace una analogía con ciencias como la biología, la cual es concebida como una realidad inmaterial de lo interhumano, y es el resultado que se obtiene o aquello que se da entre quienes pueden concebirse como sujetos, agentes o personas. Se construye con la finalidad de llevar un trabajo recíproco, conducido por un objetivo en común, en donde se estipulen de manera subjetiva las condiciones y características inherentes, que permitirán distinguirla, asociarla a otros sujetos y conocer cómo serán sus dinámicas (Donati, 1986).

Para Ríos (2002), actualmente las empresas deberían basar su competitividad en el entrelazamiento de relaciones de cooperación (Archibugi, Filippetti, & Frenz, 2013; Archibugi et al., 2013; Singh, & Perlmutter, 2000; Álvarez et al., 2009; Álvarez et al., 2009; Gnyawali & Park, 2009), ya sea de manera formal o informal, entre las empresas y los agentes vinculados con su actividad empresarial (instituciones públicas o privadas); pues al cooperar supone que las empresas además, tienen la capacidad de interactuar multilateralmente con los actores en busca de innovación constante, generar un sistema de información para hacer frente a contingencias, desarrollar habilidades administrativas, tener acceso a créditos más fácilmente (Modelo de Desarrollo Nuevo Centro, 2003), poder compartir o consolidar su cultura laboral a través de prácticas empresariales que sean menos individualistas con la posibilidad de agruparse para la formación de redes empresariales más adelante (Mance, 2008), y lograr el intercambio de competencias para el logro de metas colectivas (Bojan, Dinko & Goran, 2016).

Desde el punto de vista de capital relacional, que es aquel que abarca el conjunto de conocimientos generado de las relaciones que sostiene una empresa con agentes externos y que le aportan un valor adicional y un sustento importante para desarrollar mejores prácticas en las actividades de la propia empresa (Delgado-Verde et al., 2011). Para Welbourne & Pardo-del-Val (2009) es necesario combinar los recursos humanos con el trabajo empresarial colaborativo, pues además del capital humano lo más importante para el éxito de una empresa son las relaciones que las personas tienen, ya que al ser inimitables las convierte en el capital más valioso. Otra fuente de recursos relacionales considerada en

la literatura de las organizaciones es la Cadena de Suministros que puede surgir entre empresas, pues el capital social que se genera en ella esta patentado, se le asigna un valor y se vuelve igualmente inimitable al volver competitivas a las empresas (Xu et al., 2014).

Otra perspectiva que también nos habla sobre los beneficios de las relaciones, es la innovación abierta en donde asume que los agentes con los que se puede relacionar una empresa y el conocimiento aportado por cada uno, es parte de un proceso de cambio y mejora continua, al asignarle valor a la transferencia de conocimientos y prácticas individuales, a través de una relación. Por su parte, Zeng, Xie, & Tam (2010) sostienen que si bien el vínculo y la cooperación con las agencias de gobierno no demuestran un impacto significativo en el desarrollo de la innovación en las pequeñas y medianas empresas, la cooperación vertical y horizontal con los clientes, proveedores y otras empresas juega un rol muy importante en el proceso de innovación de las Pymes, siendo más importante que la cooperación horizontal con instituciones de investigación, universidades o colegios y las agencias de gobierno.

Las Relaciones de las cooperativas

En términos de competitividad, para Anderson, Drakopulou, & Jack (2010) todos los sectores económicos están caracterizados por un incremento dramático de actividades relacionales en varias formas de conectividad inter-organizacional, por lo que las cooperativas al tener necesidad de crear relaciones estrechas con otros miembros que pueden volverse proveedores necesitan tener a su alcance esta información y difundir su interés en los medios adecuados.

Percibiendo que la globalización y la creciente apertura de mercados internacionales exigen a las empresas volverse más competitivas y buscar alternativas de organización que les facilite su inclusión en el mercado, los autores Lucena et al. (2008) mencionan que dentro de la revolución informacional, como reestructuración organizativa, es necesario formar redes y flexibilizar las relaciones de trabajo.

Actualmente, considerando tanto la importancia competitiva que genera la participación en una red, así como el fortalecimiento de las relaciones inter-organizativas y sin dejar de lado

el hecho que las prácticas cotidianas independientes no son fructíferas, invitan a la creación de relaciones que puedan ser firmes y leales a largo plazo; basadas en la confianza, el compromiso y la cooperación de los actores participantes (Arcas, Hernández, & Munuera, 2000). Pues en esencia, bajo distintos valores las cooperativas buscan relacionarse, incluso aquellas que por su giro, como es el caso de las cooperativas de crédito, requieren valorizar a profundidad dichas características y distinguir con quienes podrían fortalecerse, para hacer frente a un entorno complejo y competitivo como el bancario (Seguí & Server, 2010).

Los autores Arcas et al. (2000) muestran un esquema a través de su estudio sobre las relaciones entre las Cooperativas Agrarias de Primer y Segundo Grado ubicadas en Valencia, desde la perspectiva de Marketing de Relaciones y Redes, que permite distinguir las características, antecedentes y consecuencias de estas relaciones. Las características que destacan con el gobierno, como agente de relación, son la formalización y participación que surgen de la toma de decisiones inherentes a la relación y la manera de seguir normas y procedimientos solicitados explícitamente por este agente. Asimismo, en este estudio se considera que los antecedentes afectan las características de las relaciones de manera positiva o negativa, estudiando aun al agente "gobierno", subrayan como antecedentes: la ***dependencia*** a estas relaciones como un medio para dividir actividades y lograr la especialización y la ***frecuencia*** de los intercambios económicos y los contactos que hacen. Hablando de inter-cooperación Lucena et al. (2008) recomiendan una integración que propicie la conformación de organismos de segundo y tercer grado, para obtener la capacidad de operar a través de acciones conjuntas, orientadas y de manera sinérgica que fortalezcan su imagen, incrementen su potencial en el mercado y les permita revalorizar los atributos individuales de cada organismo que resulte de un trabajo colectivo. Es importante tomar en cuenta, sin embargo, que no todas las cooperativas mantienen el mismo tipo de relación con los agentes que interactúan, pues en su mayoría dependen de los intereses que el mismo sector las lleva a buscar.

Metodología

El propósito de esta investigación fue describir y caracterizar las relaciones que establecen y mantienen las sociedades cooperativas del sector cultural. Las cooperativas estudiadas se ubican dentro de la Ciudad de México y fueron participantes en un Programa para su impulso y fortalecimiento financiado por la Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo de la Ciudad de México y apoyado por el Instituto Politécnico Nacional. Por medio de este estudio se pretende caracterizar cómo es la interacción de las cooperativas con diversos actores relevantes: gobierno, cooperativas, asociaciones, competencia, proveedores, clientes, etc. Es decir, se busca describir cuáles son los beneficios, conflictos, origen y características de las relaciones que establecen las cooperativas culturales. A través del uso de métodos cualitativos para la recolección, tales como revisión de documentos, entrevistas semi-estructuradas y observación es abordado dicho fenómeno, mismo que es analizado siguiendo principios de análisis inductivo y teoría fundamentada. En este capítulo se justifica la elección de una metodología cualitativa, se muestra el diseño de la investigación, así como el contexto en el que se encuentran y finalmente se describen los métodos de recolección y análisis de datos que fueron utilizados.

Sujeto y objeto de estudio

Selección de los sujetos de estudio

Esta investigación se llevó a cabo con pequeñas empresas pertenecientes a la Economía Social, que por su manera de organización e ideología son conocidas como Sociedades Cooperativas. Se eligieron seis sujetos de estudio (tabla 1) y de acuerdo con sus peculiaridades se buscó que cumplieran con los criterios siguientes:

- Cooperativas constituidas formalmente
- Pertenecientes a la industria creativa o cultural
- Radicando en la Ciudad de México
- Participantes del programa 2015, 2016 y/o 2017

- Facilidad de acceso

Es decir, se elige una muestra intencional buscando que los sujetos de estudio permitan visualizar la diversidad de actividades existentes en el contexto cultural (Sabino, 1992); en donde los resultados no pretenden generalizar o dar respuesta a las características de relaciones de otro tipo de organizaciones de este sector.

Tabla 1. Cooperativas culturales estudiadas

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	GIRO	ACTIVIDADES ADICIONALES
Artesanos y Músicos Oceloxochitl	Música y artesanías	Fomento cultural. Alianza con distintos artesanos, músicos. Clases de artes plásticas, música, etc.
Bedxe	Promoción de actividades culturales.	Creación de imagen y difusión de música tradicional. Fomento al pago justo de artesanías nacionales. Rescate cultural.
El Principio Producciones	Producción cinematográfica	Videos culturales y educativos, investigaciones, diseño gráfico, diseño audiovisual, cursos, talleres y diplomados.
Chapata Vive	Café Cultural	Presentaciones de libros, recitales y músicos. Exhibiciones de artistas plásticos y centro de distribución. Proyecciones cinematográficas temáticas. Valoraciones de concepto.
Casa de Cultura Colibrí	Creación musical y capacitación artística y cultural	Música tradicional mexicana, literatura sobre etnomúsica, conferencias, talleres, cursos, seminarios y campamentos culturales.
Jarillas	Espacio de actividades culturales diversas	Ludoteca infantil y talleres artísticos de teatro, danza, etc.

Fuente: Elaboración propia.

En resumen, de un universo de 618 cooperativas se identificaron 25 cooperativas con actividades artísticas o culturales de interés de las cuales fueron seleccionadas 6 como sujetos de estudio de acuerdo a los criterios previamente comentados.

Descripción del objeto de estudio

El estudio que se realizó se centró en las relaciones que establecen las Cooperativas Culturales con otros agentes de manera horizontal (Zeng et al., 2010), es decir, con empresas tradicionales cuya organización es convencional, u otras organizaciones pertenecientes a la Economía Social que ofrecen los mismos productos o servicios al mercado. También se estudiaron las relaciones verticales (Zeng et al., 2010), con aquellos agentes de los que reciben algún beneficio como el gobierno, uniones o confederaciones, así como aquellos que interfieren directamente en su cadena de valor: proveedores, clientes, distribuidores, etc.

Etapas de la investigación

La investigación se llevó a cabo en tres etapas principales. La primera se conforma de la familiarización con el contexto cooperativo, en donde se interactúo en sesiones de trabajo con cooperativas participantes del programa para identificar prospectos a ser sujetos de estudio. En esta etapa también se realizó una entrevista piloto aplicada a una cooperativa cuya actividad tiene gran similitud a los sujetos seleccionados. En la segunda etapa se realizó una primera recolección y análisis de datos, que culminó con la triangulación de información con un experto en la materia. Finalmente, en la tercera etapa se llevó a cabo una recolección de datos final, así como el análisis respectivo de los datos generados. A continuación, se describe a detalle en que consistió cada una de las etapas mencionadas:

Etapa 1a. Familiarización

En esta primera etapa se analizaron documentos que habían sido utilizados por las cooperativas participantes del Programa de Apoyo a las Sociedades Cooperativas de la Ciudad de México 2015 y se detectaron las problemáticas que más les preocupaban. De

este ejercicio, surgieron temas de redes y relaciones entre cooperativas tentativos a ser explorados.

Más adelante, se acudió a cuatro sesiones grupales impartidas por la Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas para entrevistar de manera informal a cooperativas del programa correspondiente al año 2016, con una duración promedio de treinta minutos por sesión. El objetivo de estas sesiones fue conocer cuál era la situación de las organizaciones, identificar algunas razones por las cuales las cooperativas tendrían que relacionarse, y con que agentes lo hacían. De este proceso surgió que las cooperativas establecen relaciones con otros actores para innovar, aumentar su producción, crecer, apoyar su flujo económico, mejorar su competitividad. Estas entrevistas permitieron clarificar el objetivo del estudio, confirmando la importancia de estudiar las relaciones y ampliando el campo que podría darse en investigaciones futuras relacionadas con redes de colaboración.

Etapa 1b. Piloto

En esta etapa se aplicó una entrevista piloto semi-estructurada a una cooperativa que no formó parte de los sujetos de estudio, pero que tuvo estrechas similitudes con el contexto cultural de las cooperativas estudiadas: “La Trajinera del Conocimiento”. Se realizó de manera más formal y en su entorno habitual, es decir, durante un recorrido turístico por Tlaltenco, ubicado en la Delegación Tláhuac de la Ciudad de México, en donde se intercambiaron experiencias en senderismo, historias locales y técnicas entre grupos de agricultores, profesores y cooperativas de distinto giro.

Etapa 2a. Primera recolección de datos

En esta etapa, fueron recolectados los datos de cinco cooperativas pertenecientes a la industria cultural, seleccionadas como sujeto de estudio, en sesiones entre una y dos horas, dependiendo de la disponibilidad por sus actividades. En las entrevistas se consideraron elementos que en la entrevista piloto surgieron y que no habían sido considerados en la literatura o por el investigador previamente, volviéndose un instrumento semi-estructurado más formal. En este primer acercamiento a los sujetos de estudio, únicamente se pretendía llevar a cabo la entrevista en el lugar donde operan comúnmente, con la finalidad de poder

conocer su espacio de trabajo, observando cómo eran sus prácticas relacionales al momento, así como programaciones de sus actividades. Tal fue el caso de la cafetería cultural Chapata Vive, en la cual el investigador pudo degustar sus productos y observar el trato a sus clientes y su interés en los próximos eventos. En esta etapa se entrevistó a las cooperativas: Chapata Vive, El Principio Producciones, Músicos y Artesanos Oceloxochitl, Bedxe, Casa de Cultura el Colibrí y se tuvo acceso a una entrevista a la cooperativa Jarillas realizada por otros investigadores durante el programa de cooperativas. Se asistió a dos eventos de inter-cooperación en Chapata Vive y en Xochimilco con un colectivo de Cooperativas.

Etapa 2b. Primer análisis de datos

Después de la transcripción de las entrevistas y el análisis de la asistencia a una reunión entre cooperativas con interés de entender temas contables, que se llevó a cabo en la cooperativa Chapata Vive y otro encuentro de cooperativas en Xochimilco para tratar diversos temas relacionados con el fomento cooperativo. Posteriormente se realizó el análisis de los hallazgos, clasificándolos en categorías emergentes con temáticas como: características de las relaciones, motivos por los que se relacionan, agentes de relación, beneficios, conflictos y barreras, origen de la relación. Se comparó la similitud de los hallazgos con la literatura para poder conceptualizar tentativamente cada característica y detectar qué brechas existían para atenderlas en un segundo momento de recolección de datos. De esta etapa surgió una primera lista de categorías tentativas que permitían dar respuestas iniciales a la pregunta de investigación planteada.

Etapa 3a. Segunda recolección de datos

Partiendo del análisis y buscando mayor profundidad en comprender las relaciones de las cooperativas y sus características, se decidió realizar una segunda y final etapa de recolección de datos en la que se puso mayor énfasis en adentrarse al contexto de cada sujeto (artístico o cultural) para entender el comportamiento de los actores y la naturalidad con la que estas se iban dando.

Para ello se realizó una segunda sesión de entrevistas con los sujetos seleccionados y específicamente con los informantes elegidos, se utilizó la observación en las actividades

que naturalmente surgieron con la cooperativa, pudiendo ser espacio de estudio las instalaciones de la misma cooperativa. En esta etapa se llevó un registro de observaciones, describiendo comportamientos que no se manifestaran a simple vista en una entrevista.

Etapa 3b. Análisis final de datos

Posteriormente, se transcribió la información obtenida de las segundas entrevistas y los hallazgos del registro de observaciones. Se analizaron las dimensiones y categorías existentes (características, motivaciones, actores, origen, conflictos, etc.) para confirmar o reestructurar sus conceptos; tomando en cuenta los nuevos hallazgos y las similitudes que reflejaban con la información obtenida durante la primera etapa de recolección. Esta reestructuración se hizo con el objetivo de asegurar que los conceptos tuvieran claridad, y garantizar que los hallazgos pudiesen encontrarse únicamente en un apartado y dieran sustento a la descripción de las relaciones. Se buscó en todo momento que las categorías finales reflejaran la esencia de la realidad observada. Para dar evidencia de cada categoría se seleccionaron citas que fueran ejemplo representativo de las relaciones o hallazgos importantes, considerando algunos inesperados, yendo de lo particular (citas de las entrevistas) a lo general (categorías).

Cabe mencionar que toda la información recabada y los datos analizados contaron con la autorización de las cooperativas para ser informados. La tabla 2 muestra, en resumen, los métodos utilizados en cada etapa descrita, así como el tiempo que llevó cada recolección y quiénes fueron los sujetos participantes.

Tabla 2. Métodos empleados por etapa de investigación

ETAPA		MÉTODOS	DURACIÓN	SUJETOS
1	**Familiarización**	a) Análisis de documentos b) 4 Guías de entrevista c) 20 Cuestionarios	30 minutos de entrevista	Cooperativas participantes del Programa de Impulso 2016
	Piloto	a)Entrevista piloto semi-estructurada b) Observación - Notas	30 minutos de entrevista	La Trajinera del Conocimiento
2	**Recolección**	a)Entrevista semi-estructurada b) Observación - Notas	a) 60-120 minutos por entrevista b) Duración del evento	Cinco cooperativas culturales sujetos de estudio: Bedxe, El Principio, Oziloxochitl, Colibrí, Chapata Vive
	Análisis	Inductivo		
3	**Recolección**	a) Entrevista semi-estructurada b) Observación -Notas	a) 120 minutos por entrevista b) Duración del evento	Seis cooperativas culturales sujetos de estudio: Bedxe, El Principio, Oziloxochitl, Colibrí, Chapata Vive y Jarillas
	Análisis	Inductivo		

Fuente: Elaboración propia

Métodos de recolección de datos

Como se mencionó anteriormente, se utilizaron como principales métodos de recolección de datos el acceso a documentos, la entrevista y la observación.

Documentos

El análisis de documentos se empleó como un método de recolección al tener cercanía a formatos generados por las cooperativas durante su participación en los Programas del 2015 y 2016. Dichos documentos aportaban información sobre su estructura organizacional, sus intereses por inter-cooperar con otras organizaciones del mismo programa, así como con agentes fuera de su contexto. A través de estos documentos también se tuvo la oportunidad de conocer las prácticas de colaboración que ya llevaban a cabo, y aquellas prácticas que eran de valor para sus actividades comerciales y de transferencia de conocimiento.

Entrevista semi-estructurada

Considerando que la entrevista permite controlar una conversación cuyo principal objetivo es transmitir y recibir información, buscando el intercambio simbólico de aprendizaje y retroalimentación para poder conocer acontecimientos pasados, presentes y deseos del

futuro (Tarrés, 2004), se eligió utilizar entrevistas semi-estructuradas con una guía que permitiera abordar temáticas de interés de manera libre y cediendo la voz a los informantes.

Este instrumento se eligió debido a que algunos autores sugieren que es ideal para aquellos informantes que manifiestan dedicar poco tiempo a la entrevista, tienen un bagaje élite burocrático o cultural en las organizaciones (Russel, 1988) y les permite tener la libertad y el espacio de expresarse con mayor naturalidad en su lenguaje común (Kvale, 1996; Russel, 1988), que tal vez sirvan de referencia para conocer fenómenos inesperados para el investigador (Kvale, 1996).

En la etapa de familiarización, se ocupó una guía de entrevista que permitió llevar una conversación de manera natural, construir nuevas preguntas de acuerdo a lo observado o escuchado (Patton, 1980), percibir la familiaridad que tenían los informantes con el tema de relaciones y conocer a grandes rasgos las problemáticas que ya habían mencionado las cooperativas en otras sesiones, cuyo principal objetivo no se centraba en las relaciones, pero era un tema latente. La guía se presentó como se muestra en el anexo 1.

En un segundo periodo de esta etapa, se realizó una prueba piloto con la cooperativa la Trajinera del Conocimiento en la que se analizó la importancia de considerar a todos los actores que la literatura sugería, y puntualizar los beneficios o riesgos derivados de la interacción con cada actor. Es importante mencionar que para poder profundizar en las relaciones que establecían las cooperativas, se dio apertura al tema de redes de colaboración, que si bien no todas mostraron tener el mismo interés que al principio, en el pilotaje se pudo apreciar cuáles eran en realidad las relaciones que mantenían, los intereses, y los actores que figuraban en sus relaciones, descartando algunos para el diseño del instrumento final, y a menos que el informante los mencionara se profundizaba en ello. El instrumento utilizado se muestra el anexo 2.

Finalmente, de manera formal, se trabajó en los ajustes del diseño del instrumento a utilizar con los sujetos de estudio durante la segunda etapa de recolección de datos, y se realizaron entrevistas semi-estructuradas que permitieran guiar la fluidez del tema de interés, así como, temas desconocidos o que no se habían contemplado por el investigador. La entrevista tomó en cuenta factores benéficos que la literatura de relaciones aportaba para

cada agente, considerando ventajas y desventajas que se pudieran utilizar dependiendo de cómo se desenvolviera la entrevista para no influenciar las respuestas del sujeto de estudio. Ver Anexo 3.

Sin embargo, se detectó que debía hacerse uso de una guía que se centrara en la identificación de los factores que surgieron en el fenómeno de las relaciones (actores, espacios de surgimiento, motivaciones, características, beneficios, conflictos o barreras) Anexo 4.

En esta última etapa de recolección de datos, se llevó un registro de observaciones que más adelante se explicará la manera en que complementó al presente instrumento, Tabla 3.

Tabla 3. Registro de observaciones y control de datos

DETALLES DE LOS DATOS DE RECOLECCIÓN				
Número de entrevistas realizadas				7
Horas de entrevista				11:01:32
Páginas transcritas				110
SUJETOS	**ACTIVIDAD PRINCIPAL**	**CÓDIGOS POR CASO**	**DURACIÓN TOTAL DE LA ENTREVISTA**	**HOJAS TRASNCRITAS**
La Trajinera	Actividades culturales y turísticas	**TA**	00:30:00	3
Bedxe	Difusión y creación artistica	**BD**	01:54:00	14
Colibrí	Música y difusión cultural	**CM**	02:13:32	23
Chapata	Foro cultural y cafeteria	**CF**	01:01:00	18
Oceloxochitl	Artesanias	**OA**	01:53:00	17
El Principio	Cinematografía	**PC**	01:00:00	13
Jarillas	Actividades culturales y artísticas	**JA**	03:00:00	25

Fuente: Elaboración propia

Análisis de datos

Este proceso se llevó a cabo con un diseño flexible e interactivo encaminado a que los resultados fueran categorizados y conceptualizados de manera inductiva durante la investigación. Así, a través de la observación, narración del estudio de campo, entrevistas semi-estructuradas y documentos de sus prácticas relacionales que se utilizó con los seis sujetos de estudio y sus respectivos agentes relacionales.

El análisis de la presente investigación se basa en principios de teoría fundamentada (Glaser & Strauss, 1967) debido a que (1) se realiza una comparación constante de los hallazgos obtenidos, es decir, se buscó la heterogeneidad de las categorías resultantes de las

agrupaciones de grandes dimensiones que representaran las características de las relaciones, codificando y analizando los datos de manera simultánea para generar conceptos; (2) buscando la saturación teórica, a través de dos etapas de recolección de datos, analizando, volviendo al contexto del sujeto de estudio para conseguir recolectar más información y analizar hasta que el investigador no encontrara nuevas aportaciones que permitieran refinar o volver más amplios los conceptos y teorías emergentes.

Estrategias para garantizar el cumplimiento de criterios de calidad de una investigación cualitativa

Algunos criterios que muestran la confiabilidad y validez de la investigación se relacionan con la transferibilidad de la aplicación de los resultados y la dependencia o consistencia de los datos, y sugieren alcanzar dichos criterios a través de la observación persistente, la triangulación, y el control de miembros (Lincoln, Skrtic, & Al., 1985; Tarrés, 2004). Para la presente investigación, se invitó a un agente externo que pudiera evaluar la similitud que existe entre la información recabada y las interpretaciones que se le ha dado por parte del investigador, confirmando la validez de los datos mediante una auditoría. Se realizó una entrevista a la Coordinadora de Difusión de la Red Nacional de Investigadores y Educadores en Cooperativismo y Economía Social, con experiencia en el cooperativismo y participación activa en el contexto de las cooperativas de la Ciudad de México.

Asimismo, se hizo una triangulación de datos al utilizar diversas fuentes de información (Rodríguez, Gil, & García, 1999; Tarrés, 2004), provenientes de distintas cooperativas (Bedxe, Músicos Oceloxochitl, El Principio, Chapata), contextos artísticos o culturales (cinematográficos, musicales, de difusión, artesanales) y utilización de métodos de recolección complementarios (observación, entrevistas, notas de campo).

Limitaciones metodológicas

Algunas limitaciones metodológicas que se presentaron en el estudio fueron:

1. El rol de los informantes elegidos para la primera recolección de datos, influyó en la participación de los informantes de la segunda etapa, de manera condicionada. Es decir, que debido al interés de mantener excelentes relaciones publicas con todos los grupos de interés

para la cooperativa, incluyendo los estudiantes tesistas, los hallazgos no reflejen problemáticas reales de las relaciones que establecen.

2. Los escenarios para realizar la investigación participante no fueron los idóneos para caracterizar a profundidad las relaciones y percibir a profundidad cuáles son sus interacciones naturalmente, puesto que los resultados se basan en las entrevistas realizadas y en los eventos a los que se tuvo acceso. Tal vez, este factor se habría logrado compensar con implementación de otras estrategias como observación participante

Hallazgos

Un primer acercamiento durante la etapa de familiarización, gracias al acceso a documentos generados durante el Programa de Apoyo a Impulso y Fortalecimiento de Cooperativas de la Ciudad de México 2015 permitió detectar que algunas razones por las que las cooperativas están interesadas en relacionarse con otras cooperativas eran, principalmente:

1. Competencia en un mercado que consideraban inalcanzable.
2. Los costos de producción podrían reducir.
3. Para ampliar su variedad de productos.
4. El mercado que demanda los productos o servicios está en constante cambio.
5. Interés de internacionalizarse.

Más tarde, en septiembre de 2016, durante la misma etapa, entrevistando a Cooperativas participantes del mismo Programa del grupo de Impulso (2016), se identificó que las razones más sobresalientes por las que colaboran estas sociedades con otros organismos o grupos de interés imperan:

1. Una ideología de ayuda cooperativista creciente.
2. Optimización de tiempos.
3. Mejora de calidad.
4. Confianza con empresas sociales.
5. Búsqueda de apoyos.
6. Como una oportunidad de crecimiento.

Estos hallazgos iniciales sirvieron de base para definir las categorías finales del estudio que permiten entender el fenómeno de las relaciones de las cooperativas del sector cultural, contestando a las preguntas: ¿Qué son?, ¿Dónde surgen?, ¿Por qué se crean?, ¿Quiénes intervienen?, ¿Cómo son?, ¿Para qué sirven? y ¿Qué las afecta?

Para fines de este trabajo, se entiende como relación a la interacción formal o informal de una organización con distintos actores, que participan recurrente o esporádicamente en las actividades de la cooperativa, buscando un beneficio para los involucrados, en un entorno económicamente tradicional o solidario, en la cual pueden surgir situaciones desfavorables.

La tabla 4 muestra las seis grandes categorías que representan a cada elemento planteado, definidas como *beneficios, motivaciones, características, actores, origen y conflictos o barreras.*

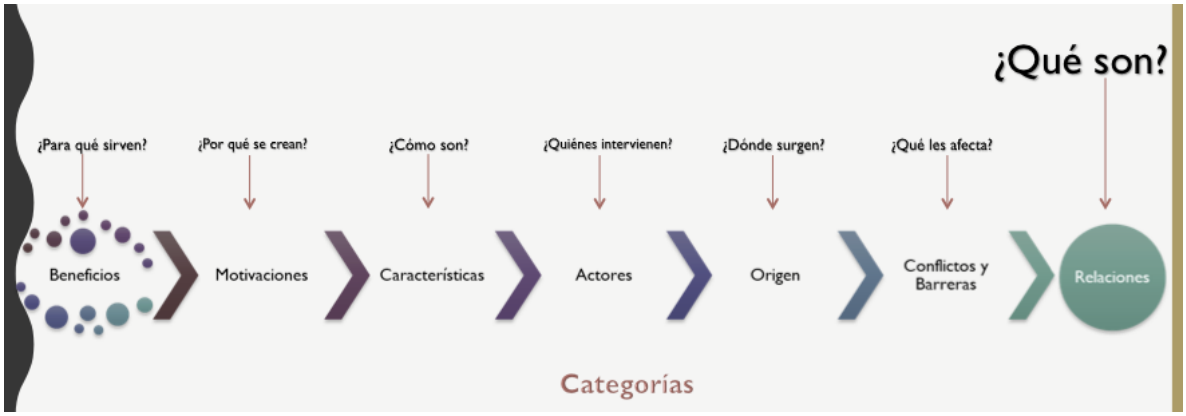
Tabla 4. Elementos de las relaciones

ELEMENTOS	DEFINICIÓN	SUBCATEGORÍAS	
Beneficios	Utilidad o provecho que se genera por la relación.	-Acceso a recursos -Extensividad -Inter-cooperación -Autorregulación	
Motivaciones	Razón por la cual se conforma la relación.	-Estilo de trabajo solidario -Relaciones previas buenas -Interés de ayuda a la comunidad	
Características	Atributos que definen a la relación.	-Informal -Abierta	-Amigable -Cordial
ELEMENTOS	**DEFINICIÓN**	**SUBCATEGORÍAS**	
Actores	Persona u organismo que interviene directamente en la relación.	-Artistas -Amigos -Colectivos -Clientes	-Cooperativas -Universidades -Gobierno
Origen	Lugares, eventos o circunstancias en donde se originan las relaciones o el primer contacto entre los agentes.	-Eventos de difusión -Eventos filantrópicos	
Conflictos y Barreras	Desacuerdos o dificultades para que la relación pueda llevarse plenamente.	-Protagonismo -Pérdida de autogestión.	

Fuente: Elaboración propia

La siguiente figura 2 muestra de manera más gráfica cómo cada categoría da respuesta a las preguntas planteadas.

Figura 2. Preguntas por categoría

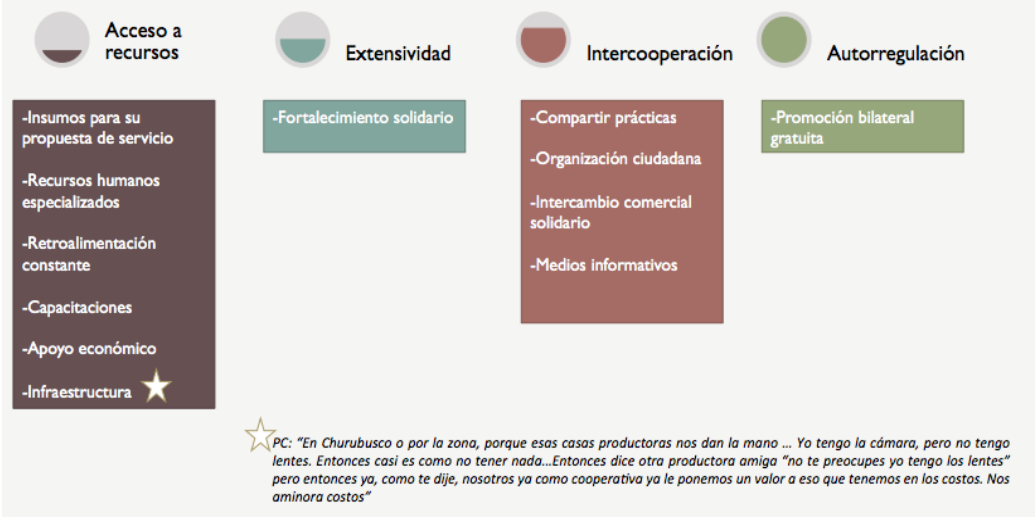


Fuente: Elaboración propia.

Beneficios

Esta categoría pretende dar respuesta a la pregunta ¿Para qué sirve esta relación? Considerando como "BENEFICIO" a aquella utilidad o provecho originado de la relación. Entre estos beneficios destacan: el ***acceso a recursos, la extensividad, la intercooperación y la autorregulación***. A continuación, se muestra cada una de las subcategorías que las integran y se da evidencia que refleja su importancia. Mostrando un ejemplo (figura 3) muestra cómo la interacción entre estos actores permite que una cooperativa cuente con el equipo necesario para sus actividades, ya sea a través de préstamos del equipo o de apoyos utilizados para su adquisición; que de manera individual no podrían ser adquiridos por ella.

Figura 3. Beneficios de las relaciones.



Fuente: Elaboración propia.

Motivaciones

Las motivaciones son aquellas razones por la cuales se conforma una relación. Con esta categoría se da respuesta a la pregunta ¿Por qué se crea la relación? En ella se encuentran razones como el ***estilo de trabajo solidario***, las ***buenas relaciones que se tuvieron previamente*** y ***el interés de ayuda*** que tiene el prospecto de relación ***para la comunidad***. A continuación, se muestran las subcategorías que integran a dichas motivaciones y se da evidencia de una cita textual sobre cómo las relaciones previas de un socio o de la cooperativa con el sector cultural, pueden potencializar el aprovechamiento de contactos con influencia en el medio. En esta categoría los ***contactos culturales*** son de gran influencia, puesto que, la relación previa da apertura a una nueva relación o proyecto con la cooperativa, con la intención de realizar tratos comerciales o de intercambio. Como ejemplo (figura 4) la cooperativa Bedxe muestra que una de las razones por las que tienen mayor apertura con la Secretaria de Cultura, es gracias a que la relación del socio dedicado a la arqueología, abrió camino a la cooperativa para ser proveedores registrados de una Secretaría.

Figura 4. Motivaciones para crear relaciones.

Fuente: Elaboración propia.

Características

Son aquellos atributos que definen las relaciones, dan pie a responder el cómo son las interacciones que sostiene una cooperativa. Hasta el momento se ha detectado que las relaciones que actualmente mantienen las cooperativas estudiadas son en su mayoría ***informales, abiertas, amigables y cordiales***. Un ejemplo de ello (figura 5) son aquellos acuerdos de palabra, en donde la buena fe (confianza) y el beneficio mutuo (colaboración) llevan al cumplimiento de *reglas intrínsecas* que surgen en una relación de informalidad, en donde no se requiere tener por escrito los acuerdos laborales.

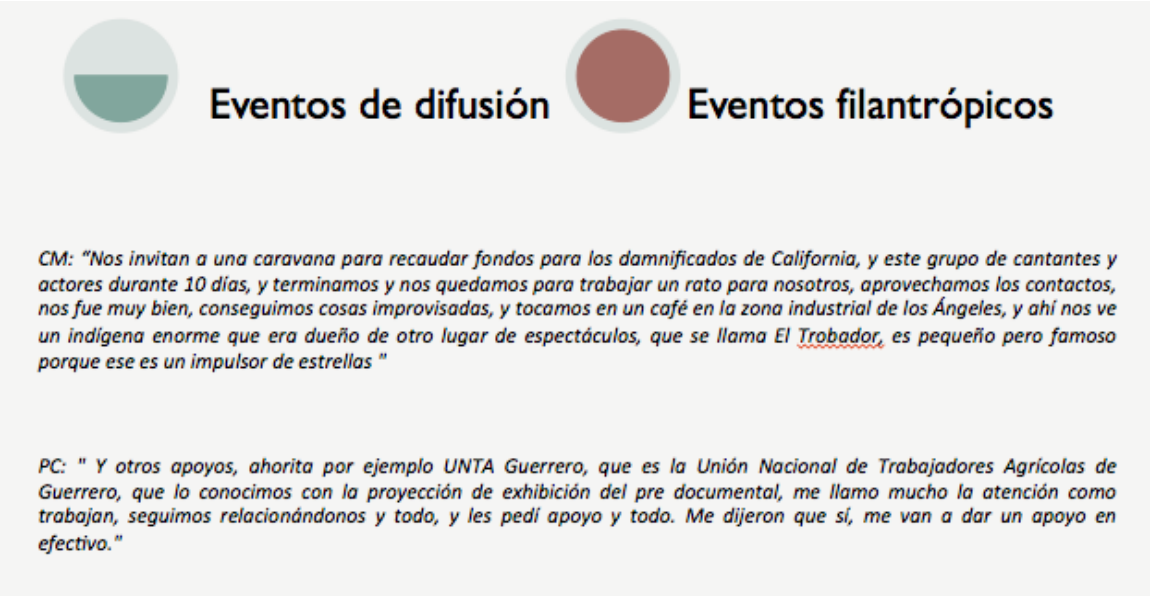
Figura 5. Características de las relaciones

Fuente: Elaboración propia.

Origen

Lugares, eventos o circunstancias en donde se originan las relaciones o el primer contacto entre los agentes. Esta categoría responde a la pregunta ¿Dónde surgen las relaciones? Ubicando en ella dos subcategorías de ***eventos de difusión y filantrópicos*** que se vuelven espacios de prospección. A continuación, se muestran ejemplos de cómo los espacios donde surge la relación son los mismos en los que la cooperativa trasmite mensajes culturales generados por ella misma. Ahí los participantes pueden tener algún interés por interactuar con ella (figura 6). Como lo menciona la Cooperativa Cinematográfica que coincide en un evento donde proyecta una de sus producciones y manifiesta interés de participar con una Unión, y poder recibir apoyo para fondear uno de sus proyectos. O de cómo las cooperativas conocen a nuevas organizaciones o actores durante eventos de ayuda desinteresada, que buscan la obtención de donativos o se llevan actividades de caridad. Este espacio les genera visibilidad con otros actores de los que se pueden obtener distintos beneficios, entre ellos laborales. La cooperativa Tribu, menciona en la siguiente cita cómo el participar en este evento les abrió puertas con un promotor artístico.

Figura 6. Origen de las relaciones.



Fuente: Elaboración propia

Actores

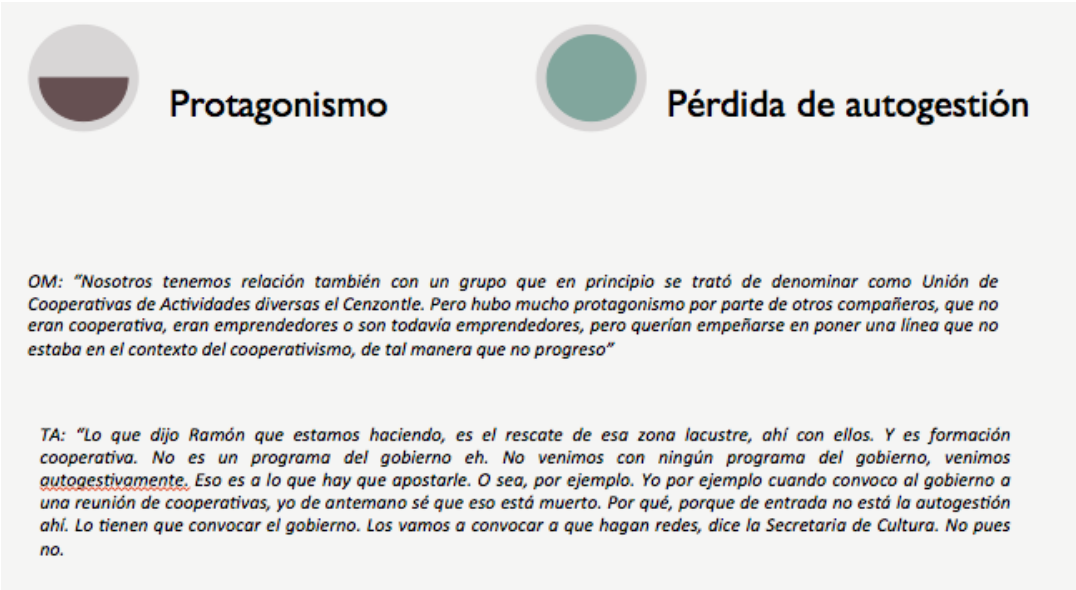
Son aquellas personas físicas o morales con las que interactúan las cooperativas habitualmente y que juegan un rol importante en las actividades de la organización, con quienes se espera intercambiar beneficios a corto o mediano plazo. Estos agentes de interacción pueden pertenecer al entorno tradicional o cooperativo. En esta categoría se incluyen agentes como ***artistas, amigos, colectivos, cooperativas, clientes, instituciones como el gobierno, universidades, y agentes integradores como uniones, federaciones o confederaciones***, tal como se muestra a continuación, (figura 7):

Figura 7. Agentes de relación.

Fuente: Elaboración propia.

Conflictos y Barreras

Son aquellas limitaciones que impiden que una relación sea fructífera o tenga resultados favorables para la organización. Estas barreras limitan el desempeño de las actividades que pudiesen realizarse de manera colectiva o en búsqueda del bien común. Pueden surgir como consecuencia de la relación y poner en duda la necesidad de interactuar en el futuro. Dentro de ellas, las que predominan son ***el protagonismo y la pérdida de autogestión***. En la figura 8, se muestran algunos ejemplos de cómo estos conflictos han sido un tema relevante detonante para las cooperativas.



Fuente: Elaboración Propia.

Figura 8. Conflictos y barreras de las relaciones.

Conclusiones

Partiendo de la relevancia que tiene el establecimiento y fortalecimiento de relaciones en el contexto de las organizaciones culturales, el presente estudio se enfocó en estudiar las relaciones que establecen un grupo de sociedades cooperativas con otros actores de su ecosistema para conocer las características de estas relaciones, así como su importancia. El tema abordado en el trabajo se considera pertinente y coincide con afirmaciones previas en donde se ha sugerido la gran importancia que tienen las relaciones de colaboración para que esta industria florezca a través de la creación de alianzas público-privadas y clústeres.

Los hallazgos del estudio se categorizaron en seis dimensiones a saber: beneficios, motivaciones, características, actores, origen y conflictos y barreras. A partir de estas categorías, el presente estudio ofrece un panorama de los actores con los que interactúan las cooperativas de este sector, así como las razones por las qué crean dichas relaciones, en dónde se han originado, cómo han sido, qué beneficios les han traído y complicaciones o barreras que han encontrado en su interacción.

Así mismo, derivado del estudio, se hace notar que a pesar de la importancia que tienen las cooperativas culturales en nuestro país, este tipo de organizaciones enfrentan distintas adversidades económicas e ideológicas que las limita a ser totalmente productivas. Si bien se reconoce que las relaciones de colaboración son importantes, también se reconoce que dichas relaciones son complejas e invitan a ser estudiadas con mayor profundidad para entender cómo se pueden beneficiar este tipo de organizaciones de las buenas prácticas. Se espera que los hallazgos del presente estudio sean de utilidad para las cooperativas, para los interesados en redes de colaboración e incluso para aportar ideas que puedan ser consideradas por el gobierno para la creación de espacios de interacción y políticas públicas.

Bibliografía

Anderson, A., Drakopulou, S., & Jack, S. (2010). Network practices and entrepreneurial growth. *Scandinavian Journal of Management*, *26*(2), 121–133.

Arcas, N., Hernández, M., & Munuera, J. (2000). La relación entre las cooperativas agraris de primer y segundo grado desde la perspectiva del marketing de ralaciones y redes: propuesta de un modelo para su estudio. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública*, *Diciembre*(36), 179–202. Retrieved from http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/07_Arcas_et_al_36.pdf%5Cnfile:///Users/ducles/Documents/Papers2/2000/Arcas Lario/CIRIEC-España. Revista de economía pública 2000 Arcas Lario.pdf%5Cnpapers2://publication/uuid/109B7E7F-08DF-488D-BE2E-BAE3

Archibugi, D., Filippetti, A., & Frenz, M. (2013). Does cooperation enhance competitiveness? Assessing the impacts of inter-firm collaboration. *Elsevier*, *42*, 303–314. https://doi.org/10.1016/j.respol.2010.05.012

Bojan, M., Dinko, P., & Goran, K. (2016). Two-Dimensional Analysis of the influence of Stategic Networking on ENntrepreneurial Orientation and Business performance among SMES. *Tehnički Vjesnik*, 247–255.

Confecoop. (2012). Confederación de Cooperativas de Colombia. Retrieved from http://confecoop.coop/cooperativismo/en-el-mundo/mexico/

Coria, R. (1952). *Tratado de cooperativismo mexicano*. México: Fondo de Cultura Económica.

Donati, P. (1986). *Introduzione alla sociologia relazionale*. Milán: Franco Angeli.

Erdal, D., Summers, J., Harnmejer, J., Woodward, R., & A R George, D. (2016). Economic Democracy: The Cooperative Alternative. Retrieved from https://courses.edx.org/courses/course-v1:EdinburghX+COOPSx+2T2016/info

Ferrándiz, R. R. (2011). De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: Los límites del «campo» cultural. *Comunicar*, *18*(36), 149–156. https://doi.org/10.3916/C36-2011-03-06

Galindo, A. (1987). Las Sociedades Cooperativas en México: Algunas observaciones sobre su funcionamiento. México, Azcapotzalco.

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. *Observations* (Vol. 1). https://doi.org/10.2307/2575405

Herrera, M. (2000). La relación social como categoría de las ciencias sociales. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, *90*, 37–77.

Horng, S.-C., Chang, A.-H., & Chen, K. (2012). The Business Model and Value Chain of Cultural and Creative Industry. In Kirk Plangger (Ed.), *Proceedings of AMS' World Marketing Congress ~ Cultural Perspectives in Marketing* (pp. 198–200). Ruston, LA, USA: Springer. Retrieved from https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-24148-7.pdf

I.C.A. (2014). *Co-operative sector announces global turnover of 2.2 trillion USD*. Québec.

I.C.A. (2015). Co-operative identity, values & principles. Retrieved from http://ica.coop/es/node/1625

INAES. (2016). Instituto Nacional de la Economía Social. Retrieved from

http://www.inaes.gob.mx/

Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Sage Publications, Inc.

Lincoln, Y., Skrtic, T., & Al., E. (1985). *Organizational Theory and Inquiry*. Beverly Hills: Sage Publications, Inc.

Lucena, H., Hernández Arias, A., & Zapata Rotundo, G. (2008). *Organizacion y relaciones de trabajo en Cooperativas*. *Cayapa* (Vol. 8). Venezuela.

Mance, E. (2008). *La revolución de las redes* _____. (E. I. ECOSOL, FONDESO, UACM, Delegación Azcapotzalco, Alcona, Acatl, Municipio de Ecatepec, BanMacondo, Gobierno del Estado de Michoacan, Indesol, STyFE del GDF, El Colegio de Tlaxcala, Tiangus Tlaloc, Movimiento Nacional por la Esperanza, SNTE Comité Nacional, Ed.). México.

Modelo de Desarrollo Nuevo Centro. (2003). *Guia del Consumo Crítico y analisis del comportamiento comercial para el consumo responsable*. (EMI, Ed.). Italia.

Osorno, B. (2013). *Integración vertical de cooperativas: Uniones, Federaciones y Confederaciones*. Universidad de Valladolid.

Patton, M. Q. (1980). *Qualitative Evaluation Method*. Sage Publications, Inc.

Ramos, I., & Maya-Jariego, I. (2013). Alianzas y redes de colaboración entre las agrupaciones culturales de las Artes Escénicas en Andalucia. *Empiria*, (26), 15–34. https://doi.org/10.5944/empiria.26.7151

Ramos, R. (2011, September). Por las Pymes culturales. *El Economista*. Retrieved from https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Por-las-Pymes-culturales-20110926-0036.html

Ríos, M. del C. D. D. (2002). *La cooperación interempresarial: el caso de Puebla.* (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Ed.) (1st ed.). México.

Rodríguez, G., Gil, J., & García, E. (1999). *Metodología de la investigación cualtitativa*.

México: Ediciones Aljibe.

Russel, B. (1988). Unstructured and semistructured interviewing. *Research Methods in Cultural Anthropology*, 203–224.

Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Caracas: Panapo.

Secretaría-de-Cultura. (2017). En México se realizan más de 890 mil actividades artísticas al año, casi 2 mil 500 por día. Retrieved from https://www.gob.mx/cultura/prensa/en-mexico-se-realizan-mas-de-890-mil-actividades-artisticas-al-ano-casi-2-mil-500-por-dia?state=published

Seguí, E., & Server, R. (2010). Las cooperativas de crédito y su entorno en el contexto de la crisis bancaria□: análisis de su capital relacional como base desde la que explotar oportunidades Las cooperativas de crédito y su entorno en el contexto de la crisis bancaria□: análisis de su . *CIRIEC, España*, *68*, 35–59.

SINCA. (2014). *ABC de la Economía Social e INAES*.

Tarrés, M. L. (2004). *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social* (1a ed.). México: Miguel Angel Porrúa.

Zeng, S. X., Xie, X. M., & Tam, C. M. (2010). Relationship between cooperation networks and innovation performance of SMEs. *Technovation*, *30*(3), 181–194. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2009.08.003

EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE FOMENTO A LA EXPORTACIÓN DE LAS PYMES MEXICANAS

Jhoana Méndez Ramírez
Evelia Rojas Alarcón

Resumen

Las pequeñas y medianas empresas (pymes), tienen una escasa participación en el comercio exterior, en México hay 18 programas de fomento a la exportación diseñados específicamente para pymes como se pueden consultar en las páginas web de las dependencias Bancomext (BANCOMÉX, 2017), la Secretaría de Economía (SE, 2017) y ProMéxico (PROMEXICO, 2017), poco se sabe acerca del desempeño de los mismos, o de la interacción que existe entre las pymes y estos programas.

Resulta importante conocer más a fondo las características de los programas de fomento a la exportación, así como las peculiaridades de las pymes que han tenido acceso a estos recursos públicos. En esta investigación se pretende analizar la forma en que las pymes, los programas y las instituciones interactúan para cumplir con el objetivo para el que fueron planteados.

Se plantean las posibles implicaciones que tiene para una pequeña o mediana empresa llevar a cabo un proceso de exportación, así como la escasez de información entorno a los programas de fomento a la internacionalización de las pymes en México. Tomando como referencia la Ciudad de México en donde se localizan 87,833 y únicamente 278 realizan actividades de exportación (SIEM, 2017), por este motivo destaca el papel que tienen las políticas públicas.

Se aborda el impacto de la apertura comercial y la forma en que la disminución de aranceles afectó a las pymes debido a la saturación del mercado nacional. Partiendo de diferentes puntos de vista se pretende analizar la posible influencia que tienen los programas de fomento en las pymes, desde el enfoque de la distancia psíquica

mencionada por Gelfred y Etchebarne se enfatiza la importancia de la difusión de los apoyos a la exportación (Gelfred Valeska, Etchebarne Maria, 2011).

Para comprender una posible secuencia de internacionalización y las características de las diferentes fases que conlleva, se observa el modelo del proceso del desarrollo exportador y la promoción de exportaciones propuesto por Martínez Carazo (Martínez Carazo, 2007), no se busca una adopción del mismo, pero se busca una comparación con el modelo de los programas de fomento a la exportación de las pymes en nuestra nación.

En una investigación exploratoria al club de exportadores se logran identificar aspectos importantes del programa coordinado por la Secretaria de Desarrollo Económico de la Ciudad de México, para abordar la interacción que existe entre las pymes y los programas de apoyo, finalmente se emiten los resultados y conclusiones de esta primera etapa de un estudio en el que se propone una tercera fase de investigación, para emitir un análisis más robusto de los programas de fomento a la exportación de las pymes mexicanas.

Palabras Clave: Programas de fomento, Pymes mexicanas, Exportación.

Introducción.

*Planteamiento del problema***.** El comercio exterior a veces se percibe como una actividad económica exclusiva para las empresas de gran tamaño, debido al costo en tiempo y dinero que representa para las pymes llevar a cabo ventas internacionales. “Se sabe relativamente poco acerca de la participación de las pymes en el comercio exterior, los factores que determinan su decisión de comenzar a exportar, o los beneficios que pueden obtener mediante la internacionalización” (OMC, 2016). Para confirmar el número de pymes que llevan a cabo exportaciones en México se puede consultar la página del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), los datos disponibles en esta fuente son el número de empresas que exportan, la cantidad de empresas registradas por Estado, por tipo de empresa y rango de empleados. Esta información no permite conocer los factores o beneficios que las pymes pueden obtener al internacionalizarse, pero si permite observar que un escaso número realiza actividades de exportación.

Tabla 1. Cantidad y porcentaje de pymes exportadoras en la ciudad de México.

Empresas exportadoras en la Ciudad de México		
Tamaño (criterio en base al número de empleados)	Cantidad de empresas	Porcentaje
Micro	90	23.0%
Pequeñas	94	24.0%
Medianas	94	24.0%
Grandes	65	16.6%
Pymes multinacionales	48	12.3%
Total	391	100.0%
Pymes	278	71.0%
Total de pymes en la Ciudad de México.	Total pymes que exportan en la Ciudad de México.	Porcentaje
87,883	278	0.3%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SIEM (SIEM ,2017).

Además de observar que únicamente el 0.3% de las pymes en la Ciudad de México realizan exportaciones, es interesante notar que del total de empresas exportadoras el 71% son pymes, estos datos podrían sugerir que las pymes tienen oportunidad de realizar actividades de exportación pero que tal vez no todas están familiarizadas con este proceso. Por lo que se plantean las interrogantes a resolver.

¿Por qué hay un bajo número de pymes que realizan exportación? y

¿Cuáles son los beneficios y resultados que han obtenido las pymes que participan en los programas de fomento a la exportación?

El **objetivo** general de esta investigación fue evaluar el desempeño de los programas de apoyo a la exportación para determinar su impacto en las pymes mexicanas.

Marco Teórico.

Para comprender la importancia de la participación de las pymes en el comercio internacional es necesario mencionar las condiciones de la política macroeconómica y cómo influyen en el desarrollo de las pymes en México. La apertura comercial inicialmente buscaba adquirir materia prima o insumos de otras naciones a un menor costo para que estos sean manufacturados en México y se incremente la actividad exportadora, sin embargo, al reducir los aranceles de importación también se incrementa la adquisición de productos de consumo provenientes de otras naciones, al existir un mayor número de productos importados la demanda interna disminuye, este efecto perjudica directamente a las pymes que en su mayoría están centradas en un mercado local. Debido a la saturación del mercado nacional, las pymes requieren entrar en mercados extranjeros y de esta forma incrementar sus ventas como lo menciona Dussel Peters:

> "*Mediante la reprivatización del sistema bancario y financiero desde mediados de los ochenta y de forma masiva en los noventa, así como la privatización de empresas paraestatales, el sector privado incrementaría su peso en la economía y se especializaría en las exportaciones manufactureras. Desde esta perspectiva, la apertura comercial, particularmente la reducción de los aranceles de importación, se convierte en uno de los principales mecanismos para impulsar la orientación exportadora de la economía. De igual forma, la liberalización de las importaciones – tornando en aranceles cuotas y otras barreras no arancelarias y reduciendo los mismos aranceles sustancialmente – permitiría adquirir al sector exportador importaciones e insumos a precios internacionales (Dussel Peters, 2004)".*

El comercio exterior parece una alternativa para incrementar el crecimiento de las pymes, sin embargo, es necesario saber cuáles son las oportunidades que tienen para participar en mercados exteriores, así como los apoyos que se brindan actualmente a las pymes que quieren realizar actividades de exportación.

Para esta propuesta de investigación se acudió al evento expo pymes 2017, que se llevó a cabo en el World Trade Center en la Ciudad de México, con la finalidad de detectar las oportunidades de exportación que existen para las pequeñas y medianas empresas en nuestro país. En este asistieron servidores de la Secretaria de Desarrollo Económico de la Ciudad de México (SEDECO) y BANCOMEX con quienes hubo un primer acercamiento, además de entrevistar a 4 de los 18 integrantes del club de exportadores. Como resultado de este primer contacto se observó que algunas pymes buscaban información relacionada con la exportación, una de ellas dejó muestras de sus productos empacados en el stand de SEDECO con la intención de acercarse a los programas y recibir apoyo para exportar sus productos.

También durante la espera para entrevistar a la señorita del stand de BANCOMEX, otro empresario de una pyme le pidió información relacionada con los medios y apoyos, la autora de esta investigación detectó la relevancia de los programas de fomento a la exportación, y del interés de las pymes hacia estos.

Los programas de fomento a la exportación juegan un papel importante para agilizar o impulsar a las pequeñas y medianas empresas en el proceso de internacionalización, por lo que se analizan diferentes enfoques que consideran otro tipo de beneficios relacionados con los programas y los resultados que podrían obtener las empresas que se integran en ellos aun cuando no se consiga una exportación exitosa.

La distancia psíquica mencionada por Gelfred y Etchebarne, explica que la estructura de las pymes y la percepción que los empresarios tienen acerca del mercado y de la actividad exportadora influencian directamente en la decisión de internacionalizarse, bajo esta perspectiva se enfatiza la necesidad de difundir información sobre las posibilidades y alternativas de exportación que tienen las pymes, para estimular su incursión en esta actividad (Gelfred Valeska, Etchebarne Maria, 2011).

Este enfoque resulta sobresaliente para esta investigación ya que para que las pymes accedan a estos apoyos es necesario que conozcan acerca de los programas de fomento a la exportación, los servicios que prestan y a quien están dirigidos.

En México hay diversos programas de apoyo a la exportación, algunos de estos programas están orientados específicamente a las pymes, ya que entre los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 se plantea la importancia que tiene la internacionalización de las empresas sin importar su tamaño. Siendo las pymes un motor importante de la economía nacional, se promueven este tipo de apoyos por medio de entidades como la Secretaría de Economía, ProMéxico y BANCOMEXT, para cumplir con el propósito de apoyar la proyección de los productos y servicios mexicanos hacia otros países.

Hay diversos recursos destinados a fomentar la exportación de las pymes, en la tabla 2 se aprecian cuatro dependencias con 18 programas orientados a fomentar la exportación de las pymes mexicanas a nivel nacional, la información de los mismos se puede consultar en los sitios web de cada uno de estos. Sin embargo, una de las principales consideraciones a reflexionar es el impacto de la difusión de estos programas en las pymes, así como el cumplimiento de los objetivos planteados debido a que las pymes no se internacionalizan con mayor velocidad, por lo que es relevante evaluar su desempeño y determinar la forma en que las pymes, los programas y las instituciones interactúan para cumplir con el propósito de los programas que se mencionan en la tabla 2.

Tabla 2. Programas de fomento a la exportación de las pymes en México.

Dependencia	Programa
PROMEXICO	Asesoría en empaque y embalaje
	Asesoría Legal Internacional
	Asesoría para la formación de consorcios de exportación (REDEX)
PROMEXICO SECRETARÍA DE ECONOMÍA	Asesoría técnica en procesos productivos
	Centros de distribución
	Certificaciones internacionales
	Consultoría para registro de marca internacional (IMPI)
	Desarrollo de estrategia de e-commerce y marketing digital
	Misiones estratégicas de comercio: Exportadores
	Ferias tipo C
	Centros Pymexporta
	Premio Nacional de Exportación
	Programa de Empresas Integradoras

SECRETARÍA DE ECONOMÍA BANCOMEXT	Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX)
	Crédito PyMEx
	Factoraje Internacional
	Cartas de Crédito
SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO (SEDECO CDMX)	Club de Exportadores

Fuente: Elaboración propia, con información disponible de Secretaría de Economía, ProMéxico, BANCOMEXT y Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México, consultado en octubre de 2017.

Para conocer la forma en que se difunden este tipo de programas se realizó una exploración en la página web de la SEDECO, donde esta publicada la convocatoria del club de exportadores 2017, con los siguientes criterios de elegibilidad.

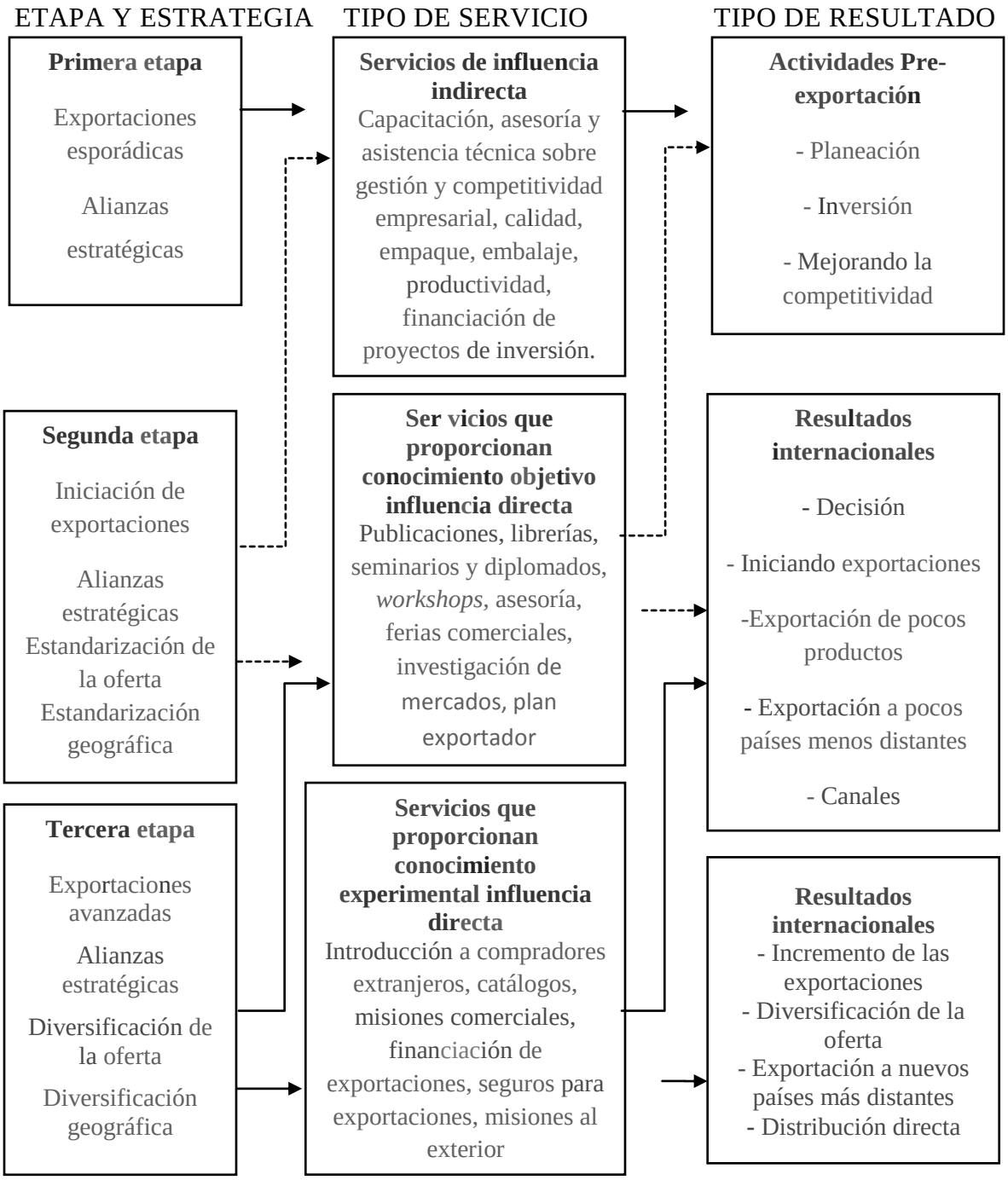
- Producto de calidad a exportar.
- Capacidad de producción.
- Disponibilidad de asistir al menos al 80% de las actividades.
- Perfil de la empresa.
- Se dará prioridad a personas que no hayan participado previamente en el Club de exportadores (SEDECO, 2017).

Existen diversos modelos de internacionalización, cada modelo corresponde con las características económicas, sociales y necesidades específicas de las pymes en nación. El modelo del proceso del desarrollo exportador y la promoción de exportaciones propuesto para las pymes colombianas por Martínez Carazo (2007) describe tres etapas para el desarrollo del proceso de exportación, cada etapa está vinculada con el nivel de experiencia que las empresas adquieren y los resultados esperados en las diferentes etapas.

La relevancia de observar el modelo propuesto por Martínez Carazo se relaciona con los procesos marcados en el mismo ya que se plantea que los programas de fomento a la exportación de las pymes también pueden tener un modelo con etapas y

resultados esperados de cada una, no se busca adoptar este modelo, más bien se pretende observar una forma ordenada de internacionalización de las pymes en otras naciones.

Figura 1. Modelo del proceso del desarrollo exportador y la promoción de exportaciones.



Fuente:(Martínez Carazo, 2007)

Se puede observar que la alianza estratégica está incluida en las tres etapas del modelo propuesto por Martínez Carazo, considerando que la alianza estratégica implica la colaboración y relación entre diferentes agentes, resalta la utilidad de los enfoques de redes y relaciones, así como el de consorcios de exportación puesto que estos dos enfoques sugieren que las relaciones y la colaboración son aplicables para fomentar la exportación de las pymes.

Debido a que los programas de promoción de exportaciones (PPE) están específicamente diseñados para fomentar y facilitar la participación de las empresas en las exportaciones, es sustancial estudiar los efectos de los PPE al nivel de la empresa, "PPE en los países en desarrollo a menudo son criticados por ser ineficaces, deficientemente administrados, burocráticos e inadecuadamente financiados, y carente de orientación al cliente y participación del gobierno (Lederman, Olarreage, & Payton, 2010; Zia, 2008)" citados por (Ayob & Freixanet, 2014). En nuestro país cabe la duda sobre la forma en que los PPE son evaluados ya que no existe información clara sobre los programas ni de los beneficios que las pymes obtienen de los mismos.

Las empresas necesitan emplear la combinación correcta de recursos para optimizar sus actividades de exportación. "Los instrumentos y servicios de promoción de exportaciones (EPS) diseñados por el gobierno se encuentran entre los recursos disponibles externamente que las empresas pueden utilizar para mejorar el desempeño de las exportaciones" (Durmuşoğlu, Apfelthaler, Nayir, Alvarez, & Mughan, 2012), el conocimiento de los efectos de los programas en las pymes, así como de los defectos de los mismos también pueden generar una ventaja a las pymes en los contextos internacionales. En México no hay evidencia de los efectos positivos o negativos de los EPS, esta investigación busca analizar los programas de apoyo a la exportación de las pymes considerando que existen 18 programas de fomento a la exportación de las pymes.

Dado que no existe información clara y transparente del impacto de los programas de apoyo a la exportación de las pymes, entonces es conveniente evaluar el desempeño de los programas de fomento a la exportación.

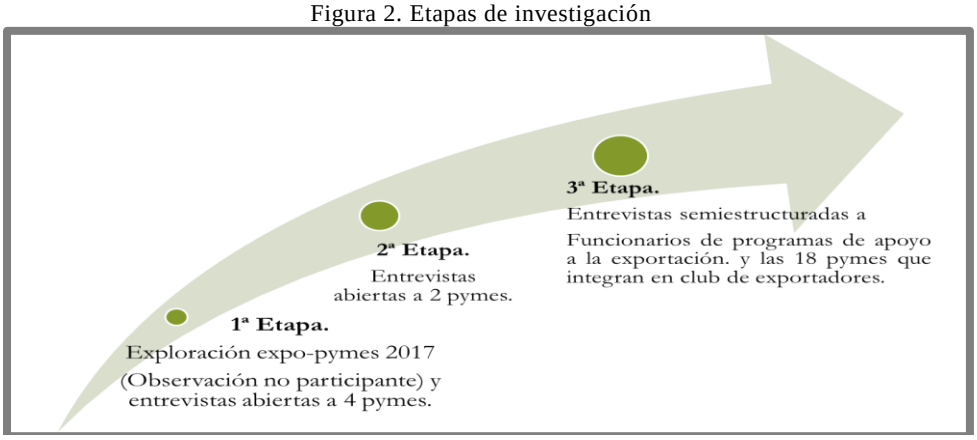
Metodología.

Para esta investigación se comenzó con un estudio exploratorio que sirvió como antecedente para describir las características y comparar los perfiles de las pymes que integran el club de exportadores. Se busca conocer la forma en que las pymes, los programas y las instituciones interactúan de una forma empírica, por lo que la metodología que se adopta es de tipo cualitativa, ya que esta permite profundizar en rasgos importantes, cuando no existen los datos estadísticos para constatar el fenómeno de estudio (Sampieri, Collado, & Lucio, 2006).

Etapas de la investigación

Posterior a la primera etapa de exploración se realizó una entrevista abierta a dos de las pymes que integran el club, en esta segunda etapa se obtuvo información acerca de la interacción de algunas pymes con otras dependencias. En la tercera etapa se busca realizar entrevistas semiestructuradas a todos los integrantes del club, así como a diversos servidores públicos que coordinan los programas de fomento a la exportación de las pymes.

Figura 2. Etapas de investigación



Fuente: Elaboración propia

Diseño de la entrevista.

Para la colecta de la información se realizó una entrevista abierta a cuatro empresarios en pymes que integraron el club de exportadores 2017. Las preguntas incluidas fueron:

¿Hace cuánto tiempo se integró su empresa?

¿Cuánto personal (empleado) integra su empresa?

¿Cuál es la actividad que realizan (a que se dedica)?

¿Ya han realizado exportaciones?

¿A qué países o lugares han exportado?

¿Cuál ha sido el mayor obstáculo que ha encontrado para realizar exportación?

¿Desde cuándo forman parte del club de exportadores?

¿Cómo se enteró del club de exportadores?

¿Qué beneficios han encontrado al formar parte del club?

Posterior a formar parte del club, ¿ha incrementado el número de exportaciones?

La entrevista se realizó a gerentes, administradores o propietarios de las pymes.

Análisis de los datos.

Derivado de la entrevista al club de exportadores, se puede describir que el club lo conforman empresas de diferentes sectores; una pyme que proporciona servicios de digitalización, renta de impresiones y venta de equipo escolar; otra dedicada a la comercialización de juguetes didácticos, también una pyme de diseño de joyería, una que fabrica y comercializa vinos, una emprendedora que diseña ropa, una pyme que produce endulzante liquido de agave y otra que fabrica artículos de piel.

El club está integrado por pymes con menos de 2 años de emprendimiento, así como algunas que ya tienen más de 5 años de haber sido creadas. Algunos de los

integrantes son pymes que exportaron antes de integrarse en el club, otros han participado en ferias en otros países y hay pymes que integran el club desde hace más de 4 años y siguen recurriendo a este programa.

Resultados.

Considerando la variedad de las características de las pymes que integran el club de exportadores, se pueden observar por lo menos dos estrategias diferentes de internacionalización. La estrategia de internacionalización precoz, dado que algunas pymes tienen poco tiempo de haber sido creadas incluso realizaron exportaciones antes de integrarse al club y otras que han permanecido en el club por más de 4 años y aún trabajan en el objetivo de internacionalizarse, relacionándose de esta forma con la estrategia gradual de internacionalización, ambas son descritas por Cancino & La Paz (2010) quienes además señalan que sin la dirección adecuada, los esfuerzos públicos y privados podrían resultar ineficientes e ineficaces.

Considerando el enfoque de la distancia psíquica hace falta mayor difusión de los programas de fomento a la exportación ya que algunas pequeñas y medianas empresas no cuentan con la información necesaria para acercarse a estos apoyos como lo menciona en la entrevista realizada a una emprendedora:

> "*Si yo entré al club de exportadores, fue porque yo ya había exportado, la verdad los mismos compañeros nos han comentado, que se han acercado por ejemplo también a la Secretaria de Economía y a la Secretaria del DF a buscar los apoyos y todo eso y no es tan fácil, no se les da no esto, no el otro.*"

Apuntando la eficacia de los programas de promoción de exportaciones resalta el hecho de que no hay información clara respecto a los beneficios que obtienen las pymes, ya que algunas mencionan haber participado en ferias internacionales sin que esta participación haya generado un margen de ganancia o un cliente potencial en el exterior, por un lado se retoman los recursos empleados por los programas para propiciar estas ferias internacionales, así como los recursos empleados por las pymes

sin que ambos tengan presente el beneficio obtenido de este tipo de actividades. Los organizadores del club de exportadores en entrevista argumentan no tener todos los registros de las pymes que han participado cada año en los eventos, por lo tanto, la carencia de un seguimiento al desempeño de las pymes que han conformado en años anteriores el club de exportadores no puede ser utilizado como referencia para mejorar los proyectos actuales del mismo club.

Algunas pymes requieren seguir en el club para continuar con el proceso de capacitación, sin embargo este programa tiene un cupo limitado, por lo que el número de pymes que se pueden integrar cada año además de las que se integran por antigüedad es muy limitado.

> *"Yo exporté el año pasado, en Junio del año pasado y en el club de exportadores empezaron sus reuniones en Julio, yo me entere precisamente buscando información por internet, una cosa hizo a otra, ellos tienen convocatorias, porque es de la SEDECO, me enteré de su convocatoria ellos ya llevaban una o dos sesiones creo cuando yo entré a este y la primera sesión fue al grupo de GSM1 que son los que llevan los códigos de barras que está en Naucalpan me parece, sus oficinas ahí están, y ahí es donde yo conocí el club de exportadores, si te enseñan muchísimo y te dan muchas herramientas, no es nada económico, no te cobran de hecho, pero lanzan su convocatoria cada año, este es el segundo año que participo, no te cobran nada por ir al taller, nada más que si tienes que cumplir ciertos requisitos, precisamente para saber, como yo ya exportaba, yo no estaba registrada en ese entonces, fue que me jalaron por lo mismo, entonces me dijeron vente vamos a que te enseñen más, porque si te enseñan las leyes, personas de aduanas te dan clases referentes a la exportación".*

Conclusiones.

Los resultados permiten observar que a los programas de fomento a la exportación les beneficiaría una difusión más amplia ya que no todas las pymes conocen los apoyos que existen para exportar. También es notable la falta de información y la escasa cobertura con la que cuentan dado que algunos programas como el club de exportadores tienen un cupo limitado que restringe el número de pymes que pueden acceder al mismo.

Sobre el impacto de los programas y considerando que hay un escaso número de pymes exportadoras en la Ciudad de México, se desconoce si estos cumplen con el objetivo de incrementar la exportación de las pymes. Es necesario elaborar un estudio más profundo de los programas de fomento a la exportación incluyendo los que son coordinados por otras dependencias como PROMEXICO.

Por otro lado, las futuras investigaciones podrían apuntar a diferentes puntos de vista tales como las políticas públicas.

Bibliografía

Ayob, A. H., & Freixanet, J. (2014). Insights into public export promotion programs in an emerging economy: The case of Malaysian SMEs. Evaluation and Program Planning, 46, 38–46. https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2014.05.005

BANCOMEXT. (2017). BANCOMEXT México. Retrieved from http:// www.bancomext.com/productos-y-servicios/credito-pymex/programa-pymex.

BID. (2014). *A la conquista de los mercados mundiales, Como promover r la Internacionalización de la pequeña y mediana empresa en América Latina y el Caribe. Monografía de BID; 198. Retrieved from http://www.laprensa.com.ni/2015/03/07/economia/1794327-a-la-conquista-de-milan*

Cancino, C., & La Paz, A. (2010). International New Ventures en Chile: Tres casos de éxito. Academia, Revista Latinoamericana de Administración.

Criado, A. R., Carazo, P. C. M., & Criado, J. R. (2005). El desarrollo exportador de las pymes industriales españolas participantes en un consorcio de exportación: Un estudio de caso. Cuadernos de Gestión, 5(2), 95–116.

Durmuşoğ lu, S. S., Apfelthaler, G., Nayir, D. Z., Alvarez, R., & Mughan, T. (2012). The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: A multidimensional view of export performance. Industrial Marketing Management, 41(4), 680–691. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.09.016

Dussel Peters, E. (2004). Pequeña y mediana empresa en México: condiciones relevancia en la economía y retos de la política. Economía, UNAM, 64–84. Retrieved from http://revistas.unam.mx/index.php/ecu/article/view/2804

Gelfred Valeska, Etchebarne Maria, B. L. (2011). La distancia psíquica y el desempeño exportador: un reto para la pyme en la era de la globalización. Estudios Gerenciales, 27(118), 85–96. https://doi.org/10.1016/S0123-5923(11)70147-4

Martínez Carazo, P. C. (2007). Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes Un estudio de caso. Pensamiento Y Gestión, 23, 1–57. Retrieved from http://www.redalyc.org/pdf/646/64602302.pdf

Octavio, S., & López, V. (2004). Principales enfoques teóricos e investigaciones empíricas generales sobre la internacionalización de las pymes, (222), 41–57.

OMC. (2016). Igualdad de condiciones para el comercio de las pymes.

ProMéxico. (2017). ProMéxico, México. Retrieved http://www.promexico.mx/es/mx/apoyos-exportacion

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2006). Metodología de la Investigación (4a). México.

SE. (2017). Secretaria de Economía. México. Retrieved from http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/programas

SEDECO. (2017). Secretaria de Desarrollo Económico de la Ciudad de México. Retrieved from http://www.sedeco.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Club de Exportadores/Convocatoria Club de Exportadores2017 HD.pdf

SIEM. (2017). Sistema de Información Empresarial Mexicano. Retrieved from https://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/respuesta.asp?estado=11&OpcPrfGrl=64&consultaporliga=1

LA IMPORTANCIA DE LA PROFESIONALIZACIÓN EN EL DESARROLLO DE LA MICRO COOPERATIVA: EL CASO DE ALIMENTOS PROCESADOS LA FLORESTA.

Janeth Clara Mancera Cruz
Igor Antonio Rivera González
David Salvador Cruz

Resumen

Las empresas cooperativas han demostrado ser una opción de emprendimiento sostenible que beneficia a sus integrantes y a la sociedad en general, en cumplimiento con la filosofía cooperativista de solidaridad y ayuda mutua. A pesar de la importancia económica, social, medioambiental y cultural de las cooperativas, el funcionamiento de estas organizaciones está muy alejado de ser el óptimo esperado, debido a la falta de una gestión sistemática e integral, que propicie el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el entorno sin comprometer a las generaciones futuras. El presente trabajo de investigación aborda el tema de la profesionalización al interior de una micro cooperativa ubicada en la Ciudad de México, dedicada a la elaboración de alimentos naturales y saludables, y analiza cómo este factor ha impactado en el desarrollo de la organización. El objetivo es determinar en qué medida la profesionalización contribuye al desarrollo perdurable de una micro cooperativa familiar. La metodología empleada en este trabajo es de tipo cualitativa, a modo de estudio de caso, ya que los aspectos a evaluar son conceptos subjetivos. Se obtuvo como resultado que el proceso de profesionalización de la cooperativa Alimentos Procesados La Floresta ha ayudado a mejorar sus procesos y a aumentar la calidad de sus productos, así como su competitividad.

Palabras clave: *Micro cooperativa, profesionalización, desarrollo sostenible.*

Introducción.

Las empresas cooperativas son una forma de organización social que se encuentra integrada por personas con intereses en común, que comparten los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, y siguen el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, llevando a cabo actividades de producción, distribución y consumo de bienes y servicios (Cámara De Diputados, 2009). Son fuente de empleos dignos al poner el bienestar social por encima del interés económico. El término micro cooperativa se toma prestado de la clasificación de empresas por tamaño de la estratificación de la Secretaría de Economía (Secretaria de Economía, 2009) que considera como una micro empresa, a toda aquella organización que cuente con menos de diez integrantes o que reporte utilidades por menos de 4 millones de pesos. La Ley General de Sociedades Cooperativas (LGSC) contempla que para la constitución formal de una sociedad cooperativa, se cuente con al menos cinco individuos, lo que por definición, las engloba en el grupo de las micro empresas en el caso de que se mantengan con tal número de integrantes.

Debido a la importancia que tiene este conjunto particular de empresas en la economía y en el bienestar social, surge la necesidad de analizar los aspectos que contribuyen a su desarrollo y al cumplimiento de los objetivos tanto económicos como sociales.

Planteamiento del problema.

Las organizaciones cooperativas surgen como una alternativa al modelo de producción capitalista tradicional, al ser un tipo de empresa con raíces en movimientos sociales basados en valores humanos (Michelsen, 1997).

La empresas cooperativas son fuentes de empleo y su contribución a la economía ha sido ampliamente reconocida, así como su capacidad para promover la participación de la comunidad en el desarrollo económico y social (OIT, 2002).

Una de las características más importantes de estas organizaciones y base de su gestión, es que se fundamentan en la persona, en su trabajo y en sus necesidades (Rojas Herrera et al., 2007). Por lo tanto, sus objetivos primordiales no son los de acumulación de capital.

Esto las vuelve rentables socialmente al conjugar una asociación de personas y una empresa con objeto social, siendo el aspecto económico el medio de gestión; los socios son a la vez dueños y trabajadores, consecuentemente, les interesa participar en la gestión de su cooperativa y alinear constantemente los objetivos (Rojas Herrera et al., 2007).

De tal forma que las cooperativas son espacios para el aprendizaje, lo que genera bienestar social y talento humano con conocimientos, responsabilidad y transparencia. De esta manera, bajo el esquema del modelo cooperativo, es importante impulsar la educación y la capacitación, sin dejar de lado la observancia de los valores y principios cooperativos.

En México, la LGSC, establece que las cooperativas pueden estar conformadas por al menos cinco integrantes, por lo que existen numerosas cooperativas con este número de socios. Como toda empresa, al crecer el número de socios, o la complejidad de las operaciones, la gestión exige que se responda con rapidez a los cambios, tanto al interior como al exterior de la organización. El entorno se muestra cada vez más competitivo, y los sistemas comerciales se tornan cada vez más complejos, aunado a la escasez de créditos para las micro y pequeñas organizaciones, por lo que los miembros de la cooperativa deben contar con conocimientos muy específicos, para responder a los cambios mencionados.

Bajo estas circunstancias, se vuelve indispensable contar con profesionales en las posiciones de responsabilidad, si se quiere mantener la viabilidad de la cooperativa a través del tiempo, siendo necesario buscar estrategias para la profesionalización.

Marco teórico

Cooperativas

Las cooperativas, como actores activos del sector de la Economía Social y Solidaria (ESS), han incursionado en diversas actividades productivas, atendiendo diversos problemas sociales, creando redes y comprometiéndose con el desarrollo local. Las cooperativas sirven como espacios para el ejercicio de la gestión participativa para todos los que la integran; de esta manera, la colaboración de cada uno de los participantes, así como los conocimientos específicos que ponen a disposición para cubrir las necesidades de la cooperativa, son indispensables para el desarrollo perdurable de cualquier organización.

Las sociedades cooperativas son una forma de organización, conformada por personas con intereses en común, y que comparten valores como la solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, que se unen con el propósito de satisfacer sus necesidades individuales y colectivas, mediante actividades económicas (Cámara De Diputados, 2009).

Este tipo de organizaciones siguen un conjunto de principios y valores muy específicos (Alianza Cooperativa Internacional, 1995). Los principios cooperativistas han sido creados para que sirvan de guía a las personas alrededor de la cooperativa, y comprendan lo que representan las empresas de este tipo. Los principios cooperativos se pueden consultar en la Ley General de Sociedades Cooperativas (LSGC) y son:

- Libertad de asociación y retiro voluntario de los socios;
- Administración democrática;
- Limitación de intereses a algunas aportaciones de los socios si así se pactara;
- Distribución de los rendimientos en proporción a la participación de los socios;
- Fomento de la educación cooperativa y de la educación en la economía solidaria;
- Participación en la integración cooperativa;
- Respeto al derecho individual de los socios de pertenecer a cualquier partido político o asociación religiosa, y
- Promoción de la cultura ecológica.

Los principios cooperativos se fundamentan en valores universales como la solidaridad y la responsabilidad (MacPherson & Erguía Villaseñor, 1997).

Así mismo, para que una organización pueda considerarse como cooperativa, además de poseer la figura legal, es necesario que siga los valores del movimiento cooperativo. Los valores son conceptos sobre los aspectos más trascendentales en la vida de las personas, y son la guía normativa y aprendida de sus acciones. Los valores del cooperativismo han sido anunciados por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) desde 1995 y son adoptados como una guía para sus procesos y operaciones. Los valores de las cooperativas son los siguientes:

- Ayuda mutua
- Responsabilidad

- Democracia
- Igualdad
- Equidad
- Solidaridad
- Honestidad
- Transparencia
- Responsabilidad social
- Preocupación por los demás

Con el objetivo de cumplir con sus objetivos económicos y sociales, las cooperativas deben adquirir habilidades y conocimientos, en congruencia con los principios y valores anteriormente mencionados, y de esta forma, participar en el mercado a la par de las demás empresas.

Profesionalización

La profesionalización es el grado de preparación técnica superior, lo cual repercute en un incremento en el sentido de autonomía personal en relación al trabajo lo que se puede traducir en poder de decisión derivado de conocimientos especializados. La profesionalización abarca aspectos tales como capacidades, conocimientos, motivaciones e intereses de los miembros de una organización (Damanpour, 1991).

Una organización puede presentar necesidades de profesionalización cuando (Dyer, 1986):

- Al interior de la organización no se cuenta con un elemento en el personal que posea talentos para la gestión del negocio. Derivado del crecimiento de la organización, aumenta la complejidad del entorno, por lo que se hace necesaria la adquisición de habilidades y conocimientos en administración, finanzas, contabilidad, publicidad, etc.
- Cuando no existe alguien en la organización con las habilidades para desempeñar las funciones requeridas por un puesto, es necesario recurrir a un profesional.

La educación formal se refiere a la que se ofrece en un sistema educativo institucionalizado, cronológicamente graduado y con jerarquía estructurada, que inicia en el preescolar, y continúa hasta los grados universitarios y de especialización o posgrado. La educación es el principal referente del grado de desarrollo de una sociedad, porque hace

crecer al individuo permitiéndole trascender su estado natural (Flores Ortíz & Vega López, 2008).

La profesionalización puede ayudar a las cooperativas a enfrentar los retos del mercado capitalista en el que también participan.

Desarrollo perdurable y sostenible

La definición de Economía Social ha sido sinónimo del desarrollo sostenible, con base en los criterios de la OIT (OIT, 2007), que señalan cuatro aspectos en los que la ES aporta al DS:

1. Gobernanza comprometida con el diálogo social
2. Reconocimiento de la ES como elemento fundamental de la economía pluralista
3. Adaptación de los mecanismos de la inversión a las empresas de la ES
4. La tarea de realizar investigación para comprender las dinámicas de la ES

Las cooperativas son una forma de empresa que permite a los individuos la consecución de sus objetivos económicos, sociales y ambientales, como el combate a la pobreza, empleo digno y la integración social (International Labour Office. & International Labour Conference (89th□: 2001□: Geneva, 2000)

Para efectos de este trabajo se utilizarán como sinónimos los conceptos de perdurabilidad y sostenibilidad, dado que ambos conceptos rescatan el papel social y económico de los objetivos de la cooperativa.

Metodología.

Debido a la complejidad de las organizaciones, los aspectos que son objeto de análisis, como lo son el poder, la cultura, el conocimiento o los valores, el método cualitativo es adecuado para el estudio de estas variables, ya que aporta una visión más amplia para la comprensión de las organizaciones. Por ende, en las investigaciones cualitativas es necesaria la observación directa sobre los fenómenos sociales y generalmente cumple con las siguientes características: busca reconocer y construir significados, hace uso de un

lenguaje conceptual y metafórico, la forma de recabar la información suele ser flexible y desestructurada, y finalmente, hace uso de un enfoque más inductivo que deductivo (Ruiz Olabuénaga, 1999).

En el enfoque cualitativo se obtienen datos descriptivos, tales como palabras y conductas observables de los individuos (Taylor & Bodgan, 1996).

Durante la primera etapa de la investigación, se obtuvieron formatos con información relativa a las necesidades de capacitación técnica de la cooperativa, mientras participaban en el programa "Cooperativas CDMX" de la Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo" (Rivera González, Rivera González, Valderrama, & Torres Jaime, 2017).

Con el fin de obtener mayores elementos de análisis que reforzaran los resultados, se realizó una observación participante en las instalaciones de La Floresta, y se obtuvo como resultado una bitácora de observación y grabaciones de conversaciones informales donde se identificaron elementos relacionados con la profesionalización.

Análisis

Como resultado de las actividades de la observación participante, se generó una bitácora en la cual se observaron aspectos relacionados con la profesionalización en la cooperativa estudiada. Del mismo modo, se analizaron las transcripciones de las grabaciones obtenidas durante las estancias de observación, y algunos documentos que evidenciaron el grado académico de los socios de la cooperativa.

El enfoque del análisis estuvo centrado en la observación y análisis de los indicios de información que se relaciona con la profesionalización como una categoría, y los siguientes elementos se consideraron como subcategorías:

- preparación técnica
- conocimientos especializados
- capacidades
- motivaciones e intereses

Para evaluar la profesionalización, se tomaron en cuenta aspectos tales como la asignación y promoción de puestos y si ésta se basaba en las capacidades, además del nivel de

educación formal de los miembros de la cooperativa, y finalmente el grado de definición y claridad de las funciones. De igual forma, se evaluó si las necesidades de formación habían sido planificadas o no.

Resultados

Descripción del caso

La sociedad cooperativa Alimentos Procesados La Floresta se encuentra ubicada en la Ciudad de México, en la delegación Gustavo A. Madero. Las actividades de la cooperativa están enfocadas a la preparación de aderezos, salsas y mermeladas gourmet 100% naturales. Sus productos se caracterizan por sus sabores poco convencionales y sus recetas originales. Hace poco más de un año, abrieron un restaurante gourmet en el hogar familiar en el que laboran los cinco socios.

Esta organización está integrada por una familia de cinco profesionistas: Mariana, la madre, Flor, Estrella y Sebastián, los hijos, y Margarita, la tía de Mariana. Juntos han logrado mantenerse en el mercado por más de ocho años, en los cuales han acumulado grandes aprendizajes.

Las recetas que preparan, vienen de una larga tradición familiar que se remonta a más de 100 años. La primera vez que dieron a conocer sus mermeladas, fue en una exposición organizada por su delegación. El sabor de sus productos, fue del agrado de sus clientes, pero no contaban con etiquetas, ni siquiera con el nombre de su marca. A partir de este momento, la cooperativa comenzó un camino de aprendizaje y crecimiento continuo.

Cada uno de sus productos, cuenta con un diseño propio y original, que han sido diseñados por Sebastián, y aprobados por el resto de los socios. Las etiquetas de las salsas, anuncian su picante sabor con colores como el rojo, el amarillo y el naranja, acompañados por animales que advierten del peligro, como la mamba negra o el alacrán. Poco a poco, han ganado el reconocimiento y preferencia de sus clientes, gracias a los exquisitos y variados sabores de sus salsas, mermeladas, jaleas, aderezos, conservas, postres, entre otros.

Los socios de la cooperativa, se han esforzado por trabajar bajo el esquema de comercio justo, por lo que comercializan directamente con los productores de sus principales insumos, para darle mayor valor al trabajo del campesino o pequeño productor, y al mismo tiempo, ser coherentes con los valores de solidaridad, y responsabilidad social y ambiental. Lo anterior ha favorecido a incrementar la calidad de sus productos, misma que está certificada por un sello Koshert.

Profesionalización en La Floresta

El nacimiento de la cooperativa comenzó con una capacitación de INMUJERES, en donde les enseñaron a preparar mermeladas bajo un esquema de organización cooperativista. El primer problema al que se enfrentaron los llevó a autoevaluarse y decretaron en sus estatutos que la capacitación continua era obligatoria, y que cada socio debía presentar evidencia de haber tomado al menos dos cursos de capacitación al año, pagados por la cooperativa.

Los socios han tomado cursos de repostería, de envasado, de cooperativismo, de preparación de bebidas, de chocolatería

Una vez que la cooperativa comenzó a incrementar sus ventas, se hizo necesario llevar una administración más formal de los procesos de elaboración de mermeladas y salsas. De manera autodidacta, buscan en internet las normas oficiales para la preparación de los alimentos que comercializan. Es así como se pusieron la meta de superar la calidad de cualquier competidor, llevando sus productos a un laboratorio para conocer la composición exacta de sus productos más vendidos, por lo que la etiqueta de éstos, ya cuenta con tabla de valores nutrimentales.

Por este mismo medio, la cooperativa investigó el proceso de generación de un código de barras para el mejor control de su inventario.

Después de algunos años de experiencia en la preparación de mermeladas, consideraron que estaban listos para certificarse en calidad Kosher. Para obtener la certificación, fue necesario separar el área de la cocina familiar, del área de producción. Después de algunos intentos, lograron finalmente obtener el sello de calidad Kosher.

Un elemento muy importante para el desarrollo de la cooperativa fue su participación en el programa “Cooperativas CDMX” en el que recibieron capacitación técnica especializada por parte de académicos del Instituto Politécnico Nacional. Esta capacitación los ayudó a fortalecer sus procesos productivos de preparación de salsas y mermeladas, con lo que lograron ajustar los tiempos de fabricación y envasado; anteriormente, cocinaban dos veces por semana lo cual les dejaba poco tiempo para otras actividades. Después de la capacitación, comenzaron a cocinar una vez al mes, lo cual les significó un ahorro importante de recursos y simplificación logística.

Otro aporte de la capacitación del programa, fue que la cooperativa elaboró un manual de organización con descripción de puestos, un manual de procedimientos que han aplicado en la elaboración de sus productos, y un manual de marketing que les ayudó a comprender cómo se debe identificar y segmentar su mercado, y a cómo, con base en esta información, es posible diseñar estrategias encaminadas a cautivar a sus clientes potenciales.

Conclusiones

En el panorama actual de las cooperativas mexicanas, el nivel de profesionalización que manejan, es en general muy bajo.

En este estudio se analizó el impacto de la profesionalización en el desempeño de una cooperativa de tamaño micro, que se dedica a la elaboración de mermeladas y aderezos gourmet. En esta organización los socios son los que aportan todo el trabajo para que la cooperativa funcione, por lo que son los socios quienes poseen los recursos, el capital, y dirigen el destino de la cooperativa. Se pudo observar que las tareas han sido repartidas equitativamente entre los cinco socios, quienes además, son responsables del desarrollo y crecimiento de sus respectivas áreas.

La profesionalización es uno de los factores determinantes para que una empresa cooperativa logre mantenerse competitiva en el mercado, mejorando sus procesos y su organización, incorporando su filosofía y las necesidades sociales del contexto que le rodea.

Bibliografía

Alianza Cooperativa Internacional. Declaración de la Identidad Cooperativa, Pub. L. No. 3 (1995). Manchester.

Cámara De Diputados. Ley General De Sociedades Cooperativas, Diario Oficial de la Federación 13-08-2009 39 (2009). México. Retrieved from http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/143.pdf

Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators (pp. 555–590). Academy of Management Journal.

Dyer, W. G. (1986). Culture Change in Family Firms: Anticiping and Managing Business.

Flores Ortíz, V., & Vega López, A. (2008). Empresa familiar: profesionalización y plan de sucesión.

International Labour Office., & International Labour Conference (89th□: 2001□: Geneva, S. (2000). . OIT.

MacPherson, I., & Erguía Villaseñor, F. (1997). Identidad Cooperativa. San Luis Potosí: Confederación Mexicana de Cajas Populares A.C.

Michelsen, J. (1997). Las lógicas de las organizaciones cooperativas. Escandinavia: Bruxelles.

OIT. (2002). Recomendación sobre la promoción de las cooperativas 193. Ginebra. Retrieved from http://www.ilo.org

OIT. (2007). La promoción de empresas sostenibles, Informe VI. In *Conferencia Internacional del Trabajo*. Ginebra.

Rivera González, I., Rivera González, G., Valderrama, A. L., & Torres Jaime, E. (2017). *Cooperativas CDMX, una mirada a sus realidades* (1st ed.). México: IPN.

Rojas Herrera, J. J., Bastidas-Delgado, O., Aparicio, P. G., Isola, G., Martin, A., Albuquerque, P. P. de, & Díaz, J. (2007). *El paradigma cooperativo en la encrucijada del siglo xxi*.

Ruiz Olabuénaga, J. I. (1999). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Secretaria de Economía. (2009). Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, Diario Oficial de la Federación 30 de Junio de 2009.

Taylor, S. J., & Bodgan, R. (1996). *Introducción a los métodos cualitativos*. Barcelona: Paidós.

CAPÍTULO II

MICROFINANZAS, MERCADOTECNIA E INNOVACIÓN

CONTENIDO

Prácticas comerciales de las cooperativas de la Ciudad de México. (IPN-UPIICSA)

Estrategias de marketing de sostenibilidad para la comercialización de mermelada orgánica de Xoconostle. (UABJO-FCA)

Una aproximación del marketing de relaciones a las expectativas de la gestión de calidad educativa de nivel superior. (UNIVERSIDAD DE SONORA)

Factores de competitividad en la industria del bordado y confección de uniformes del estado de Querétaro. (UPIICSA-IPN)

Soft System Methodology: Una revisión a la literatura. (IPN-UPIICSA)

PRÁCTICAS COMERCIALES DE LAS COOPERATIVAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Denise Díaz de León
Igor Antonio Rivera González

Resumen.

A partir de 2015 hasta la fecha el gobierno de la Ciudad de México ha apoyado a más de 200 organizaciones cooperativas anualmente (STyFE, 2016). Dicho apoyo consiste en formación cooperativista, profesionalización organizacional y en un apoyo económico. Para llevar a cabo dicho programa, la Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo (STyFE) de la Ciudad de México (CDMX), se ha vinculado con el Instituto Politécnico Nacional (IPN). Después de la experiencia de tres años, las cooperativas han evolucionado en distintas áreas, una de ellas tiene que ver con los procesos de comercialización. El objetivo del artículo es evaluar la adopción de buenas prácticas de comercialización de estas organizaciones que han sido beneficiadas por tres años con el programa. La estrategia metodológica tiene que ver principalmente con entrevistas, discusiones con los cooperativistas y un análisis del programa. Los resultados que arroja esta investigación dan a conocer los aspectos de mejora en los procesos de comercialización de estas organizaciones.

Introducción.

El manuscrito que se presenta deriva de una investigación más amplia, la cual tiene por objetivo evaluar cómo ha impactado la política de la Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo (STyFE) de la Ciudad de México (CDMX) y la formación del Instituto Politécnico Nacional (IPN), a través del programa Cooperativas CDMX, en las cooperativas beneficiadas durante los períodos 2015, 2016 y 2017. Los impactos a los que se hace referencia en dicha investigación, se pueden comprender en el ámbito productivo, social y

relacional. Dentro de los aspectos productivos, un elemento a evaluar tiene que ver con los procesos comerciales y es ahí donde se centra esta investigación.

En la literatura científica en México existe una escasa información sobre cómo los programas gubernamentales transforman a las organizaciones apoyadas. Se agudiza el problema teórico cuando se busca analizar cómo los programas gubernamentales apoyan a las cooperativas. La misma situación prevalece en el caso del programa que se pone a discusión en este documento, ya que no se han cuantificado, ni cualificado los beneficios que las cooperativas han tenido al terminar su proceso de capacitación y apoyo económico. La conveniencia de hacer estas evaluaciones se deriva de la discusión teórica que, por un lado, ve positivamente la existencia de estos programas que contribuyen al crecimiento económico y social (Ham, Swenson, Imrohorğ lu, & Song, 2011; Fajardo & Vaca, 2017), y por otro, hay autores que afirman que no son ideales para incentivar el crecimiento y permanencia de las organizaciones (Frondel, Ritter, Schmidt, & Vance, 2010; Shane, 2009; Congredado, Golpe & Carmona, 2010).

Por ello, el objetivo de este trabajo es evaluar los procesos comerciales que han implementado las cooperativas y que han impactado positivamente en su organización y crecimiento, después de haber participado durante tres años en el programa Cooperativas CDMX de la Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo.

Las cooperativas analizadas comprenden una muestra de 19 organizaciones que han participado en los 3 programas de Apoyo para el Desarrollo de Sociedades Cooperativas de la Ciudad de México (Cooperativas CDMX), durante los años 2015, 2016 y 2017. Una característica que prevalece en esta muestra es que cuentan con más de tres años desde su fundación. Para llevar a cabo esta investigación, se analizaron las respuestas de un instrumento que se aplicó a estas cooperativas, en el que se cuestiona sobre los procesos comerciales que han implementado en sus cooperativas, derivado de las actividades realizadas en el programa.

Programa Cooperativas CDMX.

El programa “Apoyo para el Desarrollo de las Sociedades Cooperativas de la Ciudad de México” (Cooperativas CDMX), es una de las principales políticas públicas con que cuenta

el Gobierno de la Ciudad de México (CDMX) para impulsar y fortalecer a organizaciones que buscan un empleo digno y plenos derechos laborables de sus socios (STyFE, 2016). Este programa comprende, por un lado, un apoyo económico a las cooperativas para que puedan comprar maquinaria y equipo, por un monto de entre $100,000 a $150,000 pesos, otorgado por la STyFE de la CDMX, y, por otro lado, acompañamiento de un grupo de investigadores del IPN. Dicho acompañamiento, comprende actividades de capacitación, consultoría para elaborar su plan de fortalecimiento y análisis de inversión, además de prácticas de fortalecimiento que estimulan la creación de redes de colaboración entre ellas y transferencia de buenas prácticas. Estas actividades son mencionadas en la tabla 1.

Tabla 1. Actividades de capacitación y formación de cooperativas

Responsable	Cursos de Capacitación	Consultoría	Prácticas de fortalecimiento
STyFE	Fortalecimiento Cooperativo		
IPN	• Modelo de negocios CANVAS. • Selección de Equipo y Maquinaria. • Alineación Estratégica para Organizaciones. • Empoderamiento Organizacional. • Conceptos Básicos de Calidad y Normas. • Elaboración del Plan negocios. • Sustentabilidad en las Organizaciones de la CDMX. • Propiedad intelectual. • Servicio al Cliente. • Gestión del Talento Humano. • Asistencia técnica grupal para la revisión y análisis de	• Plan de Mercadotecnia. • Plan de Procesos productivos. • Plan de Procesos Organizacionales. • Análisis de inversión para comprar de maquinaria y equipo. • Plan de negocios. • Plan de fortalecimiento.	• Redes de Colaboración entre Cooperativas. • Intercambio de Prácticas de Valor.

Responsable	Cursos de Capacitación	Consultoría	Prácticas de fortalecimiento
	inversión. • Herramientas de gestión. Claves del plan de ventas. • Taller básico de signos distintivos. Marca, nombre comercial y aviso comercial. • Plan de fortalecimiento que incluye herramientas de gestión. • Herramientas de gestión. Cartera de clientes y proveedores. • Diseño de estrategias competitivas basadas en cadenas de valor. • Herramientas de gestión. Promoción de impacto. • Dinámica de integración y retroalimentación de herramientas de gestión. • Taller fiscal y legal. • Mapeo y documentación de procesos.		

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla anterior, son varias las actividades que desarrolla el IPN para formar a las cooperativas en los ámbitos organizacional, productivo, comercial y de cohesión cooperativa. Esto sin lugar a dudas es fortalecido con el apoyo económico que la STyFE proporciona a cada una de las organizaciones participantes.

Marco Teórico.

Programas gubernamentales de apoyo.

La política pública encaminada a apoyar el emprendimiento contribuye al crecimiento económico y social, razón por la cual diferentes niveles de gobierno sin importar su ideología, desarrollan políticas que favorecen y estimulan la creación de nuevas empresas (RUPRI, 2006), así como programas de creación de empleo que mejoran significativamente los mercados laborales (Ham, Swenson, Imrohorğlu, & Song, 2011). Sin embargo, diversos autores señalan que este tipo de políticas públicas no siempre son las más convenientes, debido a los círculos viciosos que generan. En ocasiones estos programas resultan en gastos masivos que no son efectivos a largo plazo (Frondel, Ritter, Schmidt, & Vance, 2010). Lo anterior, es debido a que no se apoya a emprendedores en el sentido de personas que contribuyan a la generación de empleo y riqueza, más bien, se apoya a personas que están creando negocios que suplen ingresos y que tienen más en común con el autoempleo, que con la creación de compañías de alto crecimiento (Shane, 2009). Para Congredado, Golpe & Carmona (2010), este tipo de políticas, cuando existe un problema de desempleo, no son efectivas, pues se motiva a las personas a convertirse en auto empleados, pero sólo una pequeña fracción, se mantendrá cuando la economía mejore. Por otro lado, Fajardo & Vaca (2017) señalan que los programas de colaboración de tipo triple hélice minimizan los efectos contrarios que se mencionaron anteriormente, siempre y cuando se logren sinergias y empatías entre los actores.

Por otro lado, los programas de asistencia técnica promovidos por los gobiernos aumentan las capacidades de resolución de problemas de las organizaciones y esas mejoras, a su vez, afectan positivamente en la creación de nuevas empresas. Estudios de Solomon, Bryant, May & Perry (2013) demuestran que existen pruebas sustanciales de que los programas de asistencia técnica son eficaces para satisfacer las necesidades de las pequeñas empresas en términos de creación de empleo, crecimiento de las ventas y mejoramiento del ecosistema empresarial. Esta asistencia externa puede servir como un recurso importante para las pequeñas empresas al aumentar los conocimientos gerenciales y técnicos que se pueden utilizar a su vez para promover la supervivencia y el crecimiento (Solomon, Bryant, May, & Perry, 2013).

El diseño eficaz de estos programas tendrá impacto positivo en la generación de nuevas empresas y empleos, para lo cual será necesario comprender el contexto económico, político y social de las organizaciones, así como sus objetivos, cultura, estructura organizacional y demás factores internos de la organización.

Proyectos enmarcados en la Triple Hélice.

Para Etzkowitz & Leydesdorff (2000) la Triple Hélice denota la relación, no sólo de la universidad, la industria y el gobierno, sino de cómo la universidad se ha transformado de una enseñanza institucional, a una enseñanza que se combina con la investigación para resolver problemas de la sociedad.

La teoría de la Triple Hélice también es vista como un sistema dinámico de tres mecanismos de selección que operan unos sobre otros. Estos mecanismos de selección -los mercados, las organizaciones y las oportunidades tecnológicas- cambian con el tiempo, al igual que los patrones culturales y de comportamiento de los actores involucrados en las interacciones que implican el proceso de generación de conocimiento (Leydesdorff & Zawdie, 2010), su finalidad es facilitar estas relaciones dinámicas y la interacción entre ellas, la cual puede ser un primer paso para crear las condiciones necesarias y suficientes para una mayor innovación y desarrollo sostenible en una región (Park & Leydesdorff, 2010). El aumento entre estas interacciones ha tenido el efecto de generar nuevas estructuras dentro de cada uno de los actores, como centros universitarios o alianzas estratégicas entre empresas (Leydesdorff & Etzkowitz, 1996). La investigación que se lleva a cabo para realizar este artículo tiene que ver con una asociación tripartita entre la Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo (STyFE) de la CDMX (Gobierno), el Instituto Politécnico Nacional (academia) y las cooperativas (organizaciones productivas), es decir, los tres actores de una Triple Hélice.

Cooperativismo.

Las cooperativas son iniciativas sociales que buscan satisfacer necesidades económicas de quienes las componen, al mismo tiempo que buscan beneficios para la sociedad. Sin

embargo, como cualquier empresa, las cooperativas enfrentan retos, tales como encontrar un equilibrio sostenible entre las necesidades de sus socios y los desafíos económicos que enfrentan (Thomet, Nieves & Vozza, Alice, 2012).

Los principales retos que enfrentan estas organizaciones son las debilidades en materia de gobernabilidad, gestión y espíritu empresarial, falta de audacia a la hora de explorar nuevas oportunidades de negocios y desarrollar nuevas ideas y enfoques (Thomet, Nieves & Vozza, Alice, 2012). Además, su lento proceso en la toma de decisiones disminuye su desempeño financiero (Fazzini & Russo, 2014).

Por otro lado, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2016) considera que las cooperativas han demostrado su capacidad para generar empleos decentes, mejorar la calidad de vida y así apoyar el desarrollo sostenible, mejorar las condiciones de vida de las personas y coadyuvar a la erradicación del hambre, igualdad de género, reducción de la pobreza, la paz y la justicia. Otros autores como Haynes & Nembhard (1999) proponen que este tipo de organizaciones son un un método viable y competitivo de organización capaz de un crecimiento sostenible. Para Moyano, Bruque & Puig (2008) este modelo de gestión supone una opción organizativa eficaz para competir en entornos complejos debido a la colaboración y fácil transferencia de conocimiento al interior de la organización.

Otros estudios, como el de Díaz & Marcuello (2010), consideran que las sociedades cooperativas ofrecen una mayor calidad en el empleo, medida a través de la fortaleza en el mantenimiento del empleo ante periodos recesivos, no necesariamente en el número de empleos que generan las cooperativas, sino más en el aspecto cualitativo de la oferta de trabajo que realiza, ya que se promueven unas mejores condiciones laborales para el trabajador.

Metodología

Para llevar a cabo este trabajo, se realizó un estudio cualitativo, para ello, se aplicó un cuestionario a las cooperativas del subprograma Fortalecimiento que fueron beneficiadas en el 2017. Este instrumento sirvió para explorar e identificar algunas variables que se estudiarán a detalle. La información obtenida se capturó en una base de datos, de la que se

realizó un análisis para determinar las nuevas prácticas de las cooperativas, aprendidas en el acompañamiento durante el programa y si las habían puesto en práctica.

Muestra

La muestra utilizada para esta investigación es de 19 organizaciones y ha sido seleccionada por conveniencia teórica. Se seleccionaron a las cooperativas que han participado en los tres programas de Cooperativas CDMX, es decir; en los años 2015, 2016 y 2017, por ser cooperativas que han estado sometidas al proceso de capacitación y apoyo económico, y además tienen más de tres años desde su fundación, por lo que se supondría deberían tener un impacto más representativo en sus organizaciones y, que cuentan con madurez en sus procesos productivos, por lo que se puede evaluar de mejor manera su organización, los beneficios a la sociedad y su promoción al cooperativismo, a diferencia de las cooperativas de recién creación que aún no terminan de madurar estos aspectos en sus organizaciones. A continuación, en la tabla 2 se señala a las cooperativas seleccionadas, las cuales por cuestión de confidencialidad se omite su nombre, sin embargo; se mencionan datos como su giro, número de socios y la demarcación geográfica en la que se encuentran.

Tabla 2. Muestra Seleccionada

#	Giro	Número de socios	Demarcación
1	Preparación y venta de comida rápida.	5	Cuauhtémoc.
2	Elaboración y distribución de alimentos.	5	Álvaro Obregón.
3	Confección de uniformes escolares y ropa en general.	5	Coyoacán.
4	Consultoría.	10	Coyoacán.
5	Producción y difusión de eventos educativos culturales y entretenimiento.	5	Iztapalapa.
6	Multiservicios automotrices.	5	Iztapalapa.
7	Salud.	5	Miguel Hidalgo.
8	Confección de ropa y venta de uniformes escolares, deportivos, industriales y ropa en general.	5	Milpa Alta.
9	Industria Alimentaria.	5	Tláhuac.
10	Consultoría de software y hardware.	5	Tláhuac.
11	Transformación comercialización de maíz	5	Tláhuac.

#	Giro	Número de socios	Demarcación
	criollo para la elaboración de tortilla, tlacoyos y pinole.		
12	Producción y transformación de amaranto.	5	Xochimilco.
13	Servicios turísticos en la modalidad de ecoturismo, agroturismo y etno turismo.	11	Xochimilco.
14	Elaboración y venta de mermeladas, salsas y aderezos naturales.	5	Xochimilco.
15	Compra-venta, industrialización, transformación, almacenamiento, comercialización, de productos y servicios alimenticios, principalmente la producción de derivados del nopal.	5	Xochimilco.
16	Cría y venta de conejo para consumo.	5	Tlalpan.
17	Terapias de medicina alternativa natural, para el cuidado de la salud y bienestar.	5	Tlalpan.
18	Educación, cuidado y alimentación.	5	Tlalpan.
19	Producción e industrialización de la Miel.	6	Cuajimalpa de Morelos.

Fuente: Elaboración propia

Esta muestra comprende cooperativas de diferentes delegaciones (están representadas 10 delegaciones de las 16 existentes en la CDMX). También se puede notar que son de diferente giro, entre los más destacados se observan las cooperativas de cuidado de la salud, medicina alternativa y producción de amaranto, frutas y verduras. Con respecto al número de socios, se muestra en la tabla cómo la mayor parte de cooperativas cuenta con cinco socios, que es una de las características de este programa de la STyFE.

Resultados.

Después de un análisis de las respuestas obtenidas de los cuestionarios aplicados a la muestra de cooperativas seleccionada, se pudo observar que estas organizaciones han manifestado adquirir buenas prácticas de comercialización relacionadas con los cursos de capacitación y actividades complementarias que han recibido del IPN, en el marco del programa Cooperativas CDMX. Las estrategias que han logrado aplicar las cooperativas son:

1. *Estrategias de promoción de ventas y publicidad*. Las cooperativas mencionaron que a partir de los cursos que tomaron en el IPN, han establecido mejoras en promociones de sus productos de acuerdo al mercado que satisfacen, así como publicidad impresa y electrónica específica para ese mercado. Dichas herramientas publicitarias fueron adquiridas con el recurso económico que la STyFE les otorgó.
2. *Redes Sociales*. Las cooperativas han logrado incrementar su participación en redes sociales, tales como Facebook, Twiter, WhatsApp e Instagram principalmente, dando a conocer de esta manera las promociones que diseñan, así como las mejoras en sus productos. Por otro lado, la mayor parte de las cooperativas participantes aparecen en redes sociales que la propia STyFE ha implementado, para promocionar las ventas de las cooperativas.
3. *Búsqueda de nuevos mercados*. Con las actividades de reforzamiento, las cooperativas, han logrado crear nuevas cadenas de comercialización, así como posicionarse en nuevos mercados, los cuales eran desconocidos para ellas.
4. *Valor agregado*. Las cooperativas se han concientizado de la importancia de crear valor a sus productos, es así como algunas cooperativas han comenzado a crear nuevas líneas de negocios, tales como restaurantes para ofrecer las conservas que realizan o la creación de espacios de convivencia familiar en los terrenos donde inicialmente sólo era para venta de árboles navideños, entre otros.
5. *Servicio al Cliente*. Los cooperativistas han logrado mejorar su servicio al cliente, resaltando la amabilidad que los caracteriza, tener mejores tiempos de entrega de sus pedidos, mejorar los canales de ventas y de distribución para disminuir costos, además de conocer las necesidades de su mercado para satisfacer sus necesidades.
6. *Estrategias de Mercadotecnia*. En este sentido las cooperativas han implementado estrategias de planeación de ventas, nuevos canales de distribución y puntos de ventas, planes estratégicos de promoción y publicidad efectiva, además de mejoras significativas en la presentación de sus productos.
7. *Precios Competitivos.* Las cooperativas encuestadas mencionan que, a través de los distintos cursos de capacitación, en especial el curso de proyectos de inversión y mercadotecnia tradicional, han logrado establecer un precio justo para sus

productos, lo cual beneficia, no solo a los cooperativistas, sino también a la sociedad (principal objetivo de estas organizaciones).

8. *Registro de Marca.* El curso de propiedad intelectual, ayudó a las cooperativas a registrar sus marcas, cabe mencionar que el programa mismo tiene por objetivo constituir legalmente a las organizaciones productivas que participan en él. Sin embargo, es escaso el conocimiento y la intención de estas organizaciones por proteger sus marcas, productos y desarrollos.
9. *Presentación mejorada de sus productos.* Las cooperativas a través de su aprendizaje en los cursos de mercadotecnia y redes de colaboración han mejorado significativamente sus productos e imagen, pues al convivir con otras organizaciones, han logrado comprender la importancia de la imagen como estrategia de venta de sus productos.
10. *Participación en cadenas de suministro apropiadas.* Los cooperativistas señalan que las actividades en las que participaron en el programa Cooperativas CDMX, les ha servido para percatarse que es más importante pertenecer a una cadena de valor adecuada a sus capacidades y principios, en lugar de vender y comprar al primer proveedor o cliente a la vista.
11. *Planeación estratégica de ventas.* Los cooperativistas, a partir de su experiencia en cursos de capacitación y consultoría, lograron establecer metas reales de sus ventas, con ello, hicieron un plan estratégico que contempla, búsqueda de mercados meta, tácticas para penetrar en ese mercado, técnicas de ventas especiales para su público e indicadores para medir su eficiencia.

Las estrategias mencionadas anteriormente son resultado de las actividades que se diseñaron para su capacitación y acompañamiento dentro del IPN, además de los apoyos económicos que han recibido, en la tabla 3 se muestra cómo estas estrategias están relacionadas con las actividades de capacitación del programa Cooperativas CDMX.

Tabla 3. Actividades de capacitación y formación de cooperativas

Estrategia	Cursos de Capacitación	Consultoría	Prácticas de fortalecimiento
Promoción de ventas y publicidad.	• Servicio al cliente. • Mercadotecnia. • Herramientas de gestión. Promoción de impacto.	• Plan de Mercadotecnia. • Plan de negocios.	
Redes Sociales.	• Mercadotecnia digital.	• Plan de Mercadotecnia.	• Intercambio de Prácticas de Valor.
Búsqueda de nuevos mercados.	• Canvas.	• Plan de Mercadotecnia. • Plan de negocios.	• Redes de Colaboración entre Cooperativas.
Valor agregado.	• Canvas.		• Intercambio de Prácticas de Valor.
Servicio al Cliente.	• Servicio al cliente.	• Plan de Mercadotecnia.	
Precios competitivos.		• Plan de Mercadotecnia. • Plan de negocios.	• Redes de Colaboración entre Cooperativas.
Registro de marca.	• Propiedad intelectual.		
Presentación mejorada de productos.		• Plan de Mercadotecnia.	
Participación en cadenas de valor apropiadas.	• Diseño de estrategias competitivas basadas en cadenas de valor.	• Plan de negocios.	• Redes de Colaboración entre Cooperativas. • Intercambio de Prácticas de Valor.
Planeación estratégica de las ventas.	• Herramientas de gestión. Claves del plan de ventas.	• Plan de Mercadotecnia. • Plan de negocios.	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior, se puede observar que la práctica de redes de colaboración entre cooperativas ha sido de gran ayuda para que estas organizaciones puedan encontrar nuevos mercados y realizar transacciones entre ellas, además de participar en cadenas de valor y tener precios competitivos. Los cursos de capacitación que han impactado en mejores prácticas de comercialización entre las cooperativas han sido el Modelo de Negocios Canvas, en el cual se les incita a las cooperativas a buscar nuevos mercados, hacer alianzas, planear sus ventas y sus promociones. En los cursos de Mercadotecnia y Mercadotecnia Digital, se enseña a las cooperativas a conocer mejor a sus clientes para una mayor fidelización, buscar nuevos puntos de venta, diseñar promociones de impacto y planes de publicidad, no solo tradicionales, sino también digitales, por lo que este curso también ha tenido impacto positivo en estas organizaciones. El curso de servicio al cliente ha tenido impacto en la comercialización de estas cooperativas, pues los clientes satisfechos después de una compra, no solo regresan, sino que también las recomiendan y hacen publicidad de boca en boca.

Conclusiones

Los resultados que se vierten en el presente artículo son una primera aproximación en la detección de cómo los programas gubernamentales, tal como el de la STyFE, compuestos por un apoyo económico y una formación en términos organizacionales y relacionales, pueden detonar mejoras a las organizaciones cooperativas.

Si bien, no se pueden generalizar los resultados de este programa de Cooperativas CDMX, se vislumbra, a través de estos resultados relacionados con los procesos comerciales, como las cooperativas han mejorado en diferentes aspectos organizacionales. Se puede concluir que la mezcla entre la formación organizacional a las cooperativas, fortalecida con las prácticas de Intercambio de Prácticas de Valor (donde hay intercambio de las mejores prácticas entre cooperativistas) y Redes de Colaboración (donde se dan a conocer los productos y servicios que ofrece cada cooperativa, para poder mejorar sus redes comerciales), han ido mejorando las actividades de estas organizaciones.

Esta investigación se llevó a cabo a través de la aplicación de un instrumento, en donde los cooperativistas respondían, desde su punto de vista, cómo estaban percibiendo los

beneficios del programa Cooperativas CDMX. También sirvieron las conversaciones informales con los cooperativistas para comprender de mejor manera lo que daban a conocer en el instrumento. Sin embargo, un estudio que queda pendiente, es corroborar y enriquecer esta información con estudios etnográficos en las organizaciones cooperativas, en donde se conozca a fondo los beneficios descritos por los entrevistados.

Referencias.

Congregado, Golpe, & Carmona (2010). "Is it a good policy to promote self-employment for job creation? Evidence from Spain". *Journal of Policy Modeling*, vol. 32, núm. 6, pp. 828–842.

Díaz & Marcuello (2010). "Impacto económico de las cooperativas. La generación de empleo en las sociedades cooperativas y su relación con el PIB CIRIEC-España". *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, núm. 67, pp. 23-44

Etzkowitz & Leydesdorff (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and Mode 2'' to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, *29*, 109–123. Retrieved from www.elsevier.nlrlocatereconbase

Fajardo & Vaca (2017). La estrategia del gobierno de la CDMX para el fomento cooperativo. En Cooperativas CDMX 2015. Una mirada a sus realidades (11-23). Ciudad de México: IPN.

Fazzini & Russo (2014). Profitability in the Italian Wine Sector: An Empirical Analysis of Cooperatives and Investor-Owned Firms. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, *4*(3), 128–135. http://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v4-i3/1059

Frondel, Ritter, Schmidt, & Vance (2010). "Economic impacts from the promotion of renewable energy technologies: The German experience". *Energy Policy*, vol. 38, núm. 8, pp. 4048–4056.

Ham, Swenson, Imrohorğlu & Song (2011). "Government programs can improve local labor markets: Evidence from State Enterprise Zones, Federal Empowerment Zones and

Federal Enterprise Community". *Journal of Public Economics*, vol. 95, núm. 7–8, pp. 779–797.

Haynes & Nembhard (1999). COOPERATIVE ECONOMICS -A COMMUNITY REVITALIZATION STRATEGY. *The Review of Black Political Economy*, *27*(1), 47–71. http://doi.org/10.1007/s12114-999-1004-5

Leydesdorff & Etzkowitz. (1996). Emergence of a Triple Helix of university–industry–government relations. Science and Public Policy, 23, 279–286.

Leydesdorff & Zawdie. (2010). The Triple Helix perspective of innovation systems. Technology Analysis & Strategic Management, 7, 789–804.

Moyano, Bruque & Puig (2008). The determinantes of competitivity in cooperatives. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*.

RUPRI (2006). "*Emerging entrepreneurs"*. Nebraska: Heartland Publications.

Shane (2009). "Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy". *Small Business Economics*, vol. 33, núm. 2, pp. 141–149.

Solomon, Bryant, May, & Perry (2013). Survival of the fittest: Technical assistance, survival and growth of small businesses and implications for public policy. *Technovation*, *33*(8–9), 292–301. http://doi.org/10.1016/j.technovation.2013.06.002

ESTRATEGIAS DE MARKETING DE SOSTENIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA ORGÁNICA DE XOCONOSTLE

Javier Alejandro Rojas Pérez.
Alicia Sylvia Gijón Cruz.
Dánae Araceli Sosa Torres.

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo construir las estrategias de marketing de sostenibilidad para la comercialización de la mermelada orgánica de xoconostle con base en las 4C´s, se dirige al segmento de mercado denominado "consumidores verdes" identificados así, por sus características de compra. Se realizó un estudio de mercado en la zona metropolitana de la Ciudad de Oaxaca para conocer el perfil del consumidor y cuáles son los factores que intervienen en la decisión de compra de la mermelada. Esta investigación pretende apoyar económicamente a los habitantes de la comunidad de la Villa de Santiago Chazumba, Oaxaca, ubicada en la región de la Mixteca, en donde crece y se cultiva la xoconostle de forma endémica; al mismo tiempo, ofrecer a los consumidores en general un producto natural orgánico con esta fruta.

Palabras Clave: Marketing de Sostenibilidad, Las 4C´s, Consumidores Verdes.

Introducción.

Planteamiento del problema. El municipio de la Villa de Santiago Chazumba se localiza en la parte noroeste de la Región de la Mixteca del Estado de Oaxaca, donde prevalece un clima desértico y semidesértico con temperaturas que van de los 20ºC a 25ºC, siendo seco y frío, derivado de la altura en la que se encuentra y teniendo como mínimo 5ºC en la temperatura más fría (Barbosa, 2004).

De acuerdo con la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, (SAGARPA) en su Anuario Agrícola 2010, los habitantes desarrollan

actividades económicas principalmente en el sector primario, cultivando en su mayoría maíz y frijol; así como el cuidado y criado de ganado que comprende vacas, toros, burros, mulas, chivos, borregos y cerdos. En el sector secundario, desarrollan actividades de transformación de las materias primas o se dedican a las actividades industriales. Como actividad económica terciaria, se dedican al pequeño comercio: venta de diferentes artículos, pan artesanal, tiendas de abarrotes, material para construcción, frutas y verduras, carnicerías y mercados. El sector educativo, cuenta también con una parte importante que se desarrolla en diferentes actividades escolares. De esta manera los habitantes obtienen sus ingresos.

Por otra parte, el municipio de la Villa de Santiago Chazumba, está considerado como una de las principales regiones productoras de xoconostle de la zona, fruta endémica de la población. Existe una diversidad de frutos exóticos producidos por cactáceas columnares, uno de ellos es el xoconostle, cultivo de gran relevancia y de fácil producción. La región de la mixteca baja es óptima para el crecimiento de las cactáceas columnares, esto se debe principalmente a que su clima es mayormente árido y semiárido. Es una de las comunidades que produce grandes cantidades de xoconostles con una variedad en cuanto a sabor y color.

El xoconostle, está considerado como un fruto muy bondadoso, ya que crece de manera natural, es decir, no necesita un riego constante y no requiere la utilización de pesticidas o fertilizantes; su proliferación es rápida abarcando grandes extensiones de terreno agrícola, el cual normalmente se encuentra a cielo abierto, expuesto directamente a los rayos del sol. Su crecimiento es posible gracias a su piel gruesa, que durante el día, se aísla del medio ambiente, almacenado así su energía, mientras que por la noche, las cactáceas abren sus poros para absorber el oxígeno que necesitan. El cuidado, reproducción y cosecha de este tipo de fruto exótico, no representa un costo monetario alto para los habitantes de la comunidad, no necesitan invertir recursos económicos significativos para su producción.

Esta fruta se puede encontrar en cinco diferentes colores: blanca, amarilla, solferina, melón y rojo. En su mayoría, los habitantes tienen sus propias huertas de xoconostles en el patio de sus viviendas, los recolectan y comercializan en el mercado del municipio, su venta

representa una alternativa económica para los habitantes de esta comunidad; son vendidas en medidas de cubetas, tambos y chiquihuites, principalmente dentro de la comunidad: en los mercados, en la parada de autobús y otros sitios. Sin embargo, la falta de recursos hace que los habitantes no puedan salir y ofrecer sus productos en otros lugares económicamente más activos fuera de la comunidad, ocasionando la presencia de intermediarios que adquieren a un precio muy bajo una cantidad considerable de xoconostle, para después revenderlo en otros lugares a precios más elevados, dejando en desventaja a los habitantes de la comunidad; quienes siguen manteniendo una economía cerrada, poniendo al margen la interacción social, económica, el intercambio de bienes y del conocimiento de un fruto exótico, que al consumir en fresco contribuye de muchas formas a la salud y la posibilidad de generar recursos económicos a los habitantes de la Villa de Santiago Chazumba. Por esta razón, la comercialización del xoconostle se presenta como una alternativa para mejorar los ingresos de los hogares de los habitantes de la comunidad de la Villa de Santiago Chazumba.

Características físicas de la xoconostle. El xoconostle o pitaya agria crece en las puntas de las cactáceas columnares, que normalmente llegan a crecer de 2 a 4 metros de altura y cuentan con 8 a 12 brazos o costillas. La reproducción de las xoconostles se realiza al aire libre de una manera natural, no se requiere grandes cantidades de agua ni del uso de fertilizantes y/o herbicidas. Debido a que su piel es gruesa, se aíslan del entorno almacenando energía durante el día y por la noche los poros de las cactáceas se abren y absorben el oxígeno sobreviviendo a un clima tan árido (García Samano, 2009). Las primeras cosechas de esta fruta empiezan en el mes de agosto y terminan en el mes de octubre en zonas bajas, mientras que en zonas altas este período se prolonga hasta el mes de noviembre. La principal característica de esta fruta es su sabor, el cual es agridulce para el paladar, pero puede variar debido a que la pulpa se puede encontrar en diferentes colores como: rojo, amarillo, blanco y solferina, haciendo que el sabor cambie dependiendo del color de la xoconostle (Luna, 2001).

Beneficios de las xoconostles en la alimentación. La ingesta en fresco del xoconostle es la mejor manera de aprovechar sus múltiples beneficios, ya que, contienen diferentes nutrientes como: proteínas, carbohidratos, fibra y vitamina C; así lo demuestra Bravo

(1991) en sus estudios bromatológicos. Protege a quienes las consumen, de enfermedades crónicas debido a su elevada capacidad para reducir la propagación de radicales libres que se encuentran en el ambiente, los cuales dañan el organismo y deterioran la salud. Es rico en antioxidantes, en su contenido de fenoles totales y ácido ascórbico (Beltrán, 2005).

Por sus características físicas, los xoconostles son aguanosas, es decir, están compuestos principalmente por agua, de acuerdo con el estudio bromatológico esta composición se divide por una base húmeda, la cual representa el total de agua que contiene la fruta. Y por una base seca, que representa el total real de masa (Martines L. & Lira C., 2010), es decir, que el aporte nutrimental es mayor cuando la fruta se encuentra en un estado fresco o deshidratado, aunque actualmente es posible encontrar otras variedades de consumo como son: aguas frescas, helados, nieves, licor, repostería (Flores, 2003).

La comercialización de la xoconostle representa una alternativa como fuente de ingresos, sin embargo, como ya se mencionó anteriormente, existen dos factores que afectan su actividad en la comunidad; una de ellas, es la falta de recursos económicos de los habitantes, ya que no cuentan con los recursos suficientes para salir de su comunidad para vender la fruta en fresco en mercados activos, teniendo como consecuencia, que se abarate el precio de la fruta, lo cual, genera el segundo factor; la aparición de intermediarios, quienes acuden a la comunidad productora de la Villa de Santiago Chazumba, en donde compran directamente la fruta con los habitantes a precios muy bajos, para posteriormente revenderla en mercados o en otras comunidades a precios más elevados.

Por lo anterior, se propone como alternativa, la creación de una mermelada orgánica de xoconostle aprovechando todos los beneficios que tiene, considerando que no necesita una gran inversión para producirla y que puede ser elaborada por los habitantes de la comunidad. Una vez teniendo el producto final, comercializarla en el lugar idóneo en la Ciudad de Oaxaca de acuerdo con las 4C´s del *marketing* de sostenibilidad.

En este sentido, la presente investigación trata de demostrar si ¿Realmente el uso de las estrategias basadas en las 4C´s son factibles para la comercialización de la mermelada orgánica de xoconostle?

La comercialización de la mermelada orgánica de xoconostle, pretende dirigirse a un nuevo segmento de mercado de consumidores denominado “consumidores verdes”, quienes son compradores que buscan productos orgánicos, considerados sanos y nutritivos, producidos sin el uso de fertilizantes, herbicidas y pesticidas, procurando el cuidado del medio ambiente y su conservación.

También se propone dar a conocer a través del producto, la cultura e idiosincrasia que subyace en el municipio de la Villa de Santiago Chazumba, explorarando una de las ocho regiones del Estado de Oaxaca.

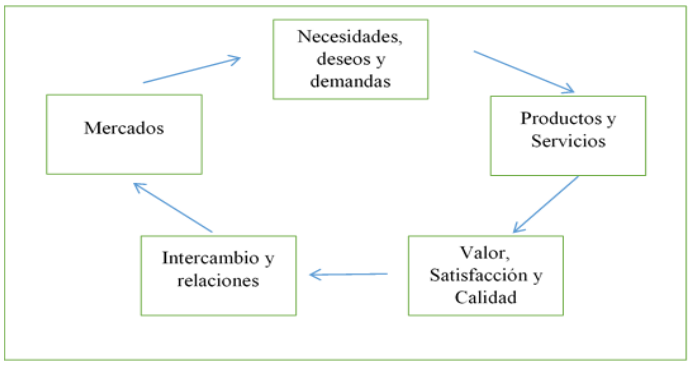
Hipótesis.

Las estrategias de *marketing* de sostenibilidad basadas en las 4C´s son factibles para la comercialización de la mermelada orgánica de xoconostle.

Marco teórico.

A lo largo de la historia, diversos autores han aportado información para conceptualizar el término de *Marketing* o investigación de mercados (Al & Jack , 1986; Stanton, 2000; McCarthy, 2001; Kotler & Armstrong, 2003; Ramón, 2007) definiéndolo como un intercambio de productos y/o servicios con otros; actividades comerciales tendientes a planear, fijar precios, promover y distribuir productos satisfactores de necesidades; una guerra de participantes en el mercado del consumo de bienes y servicios e incluso como una orientación para asegurarse de que los bienes sean producidos y lleguen a los consumidores indicados. La dinámica de los conceptos se aprecia en la siguiente figura.

Figura No. 1 Conceptos centrales del Marketing.



Fuente: (Kloter, Bowen, & Makens, 2004)

La primera manifestación del *marketing* se remota a los tiempos cuando a nivel mundial los hombres practicaban el trueque. Algunos de ellos se convirtieron en detallistas, mayoristas y vendedores ambulantes, pero fue la Revolución Industrial la que dio paso al comercio a gran escala, el cual empezó a hacerse presente principalmente en Europa y Estados Unidos a fines de la década de 1800 (Rolando, 2000). Dicha información de las generaciones del *marketing* se encuentra resumida en la tabla No. 1.

Tabla No. 1 Generaciones del Marketing.

Año	Generación	Actividad
50´s	Primera generación	Nacimiento de la mercadotécnica directa
60´s	Segunda generación	Mercadotecnia masiva
70-80´s	Tercera generación	Desmasificación de la mercadotecnia
90´s	Cuarta generación	Personalización de la mercadotecnia
2000	Quinta generación	Posicionamiento perceptual

Fuente: (McCarthy, 2001)

Las 4P´s del Marketing. El *marketing* mix o la mezcla de la mercadotecnia comprende cuatro factores esenciales, que son conocidas como las 4P´s y se enfocan en un producto o servicio, estos son:

Producto: se basa principalmente en poner énfasis en el diseño, manufactura, embalaje y etiquetado, gestión de los residuos y elecciones de las materias primas, que impliquen seguridad para sus trabajadores, sustitución de recursos escasos por abundantes, búsqueda de la minimización de la contaminación y producción de productos ahorradores de energía y reciclables. Es muy importante el impacto ambiental que provocará el servicio al cliente y asesoramiento en uso ecológico. Debe mantener las características que satisfacen las necesidades de los consumidores y buscar el eco-diseño produciendo bienes reciclables, reutilizables y valorados.

Precio: Debe considerar los costos ecológicos directos e indirectos y debe internalizar el costo por contaminación y uso de recursos escasos. El consumidor debe conocer el precio final desde un principio. Los factores a utilizar en la fijación del precio son: los precios y productos del competidor, la percepción del consumidor y la estructura de costos unitarios internos.

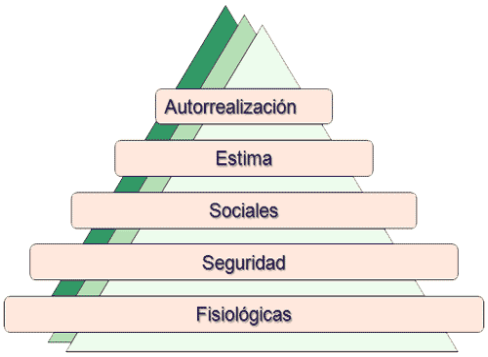
Promoción: Es responsabilidad crear una conciencia ecológica, informar de los productos y su fabricación, evitando publicidad engañosa y promociones falsas, la transparencia en la información toma un rol importante para el consumidor. La promoción de los beneficios de los productos ecológicos es difícil, ya que tienen atributos intangibles y diferidos en el tiempo.

Plaza (distribución): Uso de canales de distribución que ahorren el consumo de recursos perjudiciales para el medio ambiente, debe propiciar la retrodistribuición, es decir, devoluciones y reciclaje y fomentar la conciencia ecológica en el punto de venta (Mc Donnell Bernabé & Yáñez Rogers, 2008).

Asimismo, la pirámide de las necesidades humanas (Maslow, 1954) dentro del *marketing* representa una parte fundamental, ya que, al comprender en que consiste cada parte que compone la pirámide (Figura No. 2), es como las empresas categorizan los

comportamientos humanos, permitiendo la creación de estrategias de *marketing*, ya que su principal objetivo es satisfacer y crear las necesidades de los consumidores con productos que tengan determinadas características, previamente observadas de su entorno y del comportamiento de los individuos.

Figura No. 2 Pirámide de las necesidades humanas.



Fuente: www.aiteco.com/piramide-de-maslow/

La construcción de las estrategias de *marketing* considera las herramientas del *marketing* como elementos fundamentales para su creación, son la guía también que precede a la construcción y determina características significativas en la meta de consumo de los productos.

Así, el estudio del *Neuromarketing*; definido como una disciplina avanzada, investiga y estudia los procesos cerebrales que explican la conducta de la toma de decisiones de compra (Morales Mora & Rivera Serrano, 2012). Esta función se lleva a cabo por medio de la neurociencia, la forma en que los estímulos publicitarios y las marcas impactan en la respuesta cerebral del consumidor y cómo estos estímulos impactan en las decisiones de compra de los consumidores. En estos estudios, (Morales Ocegueda, 2013; Braidot, 2007; Gonzáles, 2015; Genco, Andrew, & Steidl Peter, 2003); cualquier *marketing* o investigación de mercados que use los métodos y técnicas del cerebro o que es informado de hallazgos y revelaciones de la ciencia del cerebro, su finalidad es analizar y descubrir cómo una compañía debe invertir su presupuesto de publicidad y mercadotecnia para comunicar el valor de los productos a los consumidores.

El estudio de la psicología de los colores en los individuos crea también un impacto importante en la decisión de compra de los consumidores (Casanova, 2012). El significado de los colores desde un enfoque de consumo representa una parte esencial en las estrategias de *marketing*. Otra herramienta, el estudio del *Naming* o nombrar, conceptualizado como un conjunto de técnicas encaminadas a crear y darle nombre a algo: empresas, organizaciones, productos, servicios, personas etc.; y cuyo principal objetivo es la creación de un nombre de marca, objeto o servicio (Luisannet, 2016). Comprende una serie de aspectos que se deben tomar en cuenta antes de crear un nombre de una empresa, producto o servicio, ya que puede llegar a determinar su éxito o su fracaso: brevedad, eufonía, pronunciabilidad, recordabilidad, positividad y disponibilidad legal, son figuras esenciales en la construcción de la imagen de un producto o servicio.

La Etiqueta, otra herramienta del *marketing* y parte integral del empaquetado de un producto, ya que en ella se encuentra la información del producto como: ingredientes, componentes, peso, tamaño y el nombre de la marca (Roger, Hartley, & Redelius, 2009). Kotler & Keller, (2006) mencionan que el principal objetivo de una etiqueta es identificar a un producto dentro del mercado y que cumpla con la información requerida conforme a la ley.

De acuerdo a la Norma Oficial Mexicana NOM-050-SCFI-2004, Información Comercial Etiquetado General de Productos, que emite la Secretaría de Economía por medio de la Dirección General de Normas para elaborar una etiqueta de alimentos envasados, ésta debe cumplir con los siguientes requisitos a fin de garantizar los aspectos de información comercial para lograr una efectiva protección del consumidor: nombre o denominación genérica del producto; indicación de cantidad conforme a la NOM-030-SCFI; nombre, denominación social y domicilio fiscal; leyenda que identifique al país de origen del producto por ejemplo “Hecho en…”, “Manufacturado en…”, “Producido en…”; advertencia de riesgos; instrucciones de uso, manejo o conservación del producto y fecha de caducidad o de consumo preferente.

Marketing de Sostenibilidad. Se basa en dos áreas muy importantes del *marketing*: en el *marketing social y el marketing sensible a los problemas ambientales o marketing*

ecológico. Estos dos enfoques se integran y se relacionan mutuamente, beneficiando a ambas partes para fundirse en uno solo (Belz, Peattie, & Galí, 2013).

Para Macedoneo (2005), se habla de sostenibilidad dentro de un orden, o bien, en un período de tiempo lo suficientemente largo como para que sostenerse equivalga a durar aceptablemente y lo bastante corto como para no perderse en disquisiciones. *Green Facts on Health and the Environment, s.f.* indica que la sostenibilidad es la característica o estado según el cual se pueden satisfacer las necesidades de la población actual y local sin comprometer la capacidad de generaciones futuras o de poblaciones de otras regiones para satisfacer sus necesidades.

De acuerdo con Prieto & España (2010), moverse hacia la sostenibilidad implica evitar las agresiones que infringimos a nuestro planeta y para lograrlo es necesario, que cada uno de nosotros seamos plenamente conscientes de qué acciones, sean locales o globales, individuales o colectivas, tienen un efecto agresivo al planeta; prestando atención a las soluciones y las acciones que sirvan para llevarlas a la práctica, evitando el tratamiento aislado, tanto de los problemas como de las soluciones. Existen seis elementos claves que toman en cuenta el concepto de *marketing* de sostenibilidad, los cuales nos permiten observar que el enfoque sostenible abarca el micro y macro ambiente: los problemas sociales y ecológicos, la conducta del consumidor, los valores de la sostenibilidad y los objetivos del marketing, las estrategias de sostenibilidad de *marketing*, el *marketing de sostenibilidad* y las transformaciones impulsadas por éste (Henion & Kinner, 1976). El principal objetivo del *marketing de sostenibilidad* es la construcción de relaciones duraderas con los clientes, las cuales, se realizan a largo plazo, sin olvidar, el entorno social y el mantenimiento del medio ambiente natural, es decir, concientizando a los consumidores de la preservación del medio ambiente, lo cual conlleva a un cambio de comportamiento tanto para los productores como para los consumidores. (Belz E.-M., 2006).

Los consumidores llamados verdes o también llamados ecológicos han surgido como una nueva segmentación de tipo de *marketing*, ya que buscan que los productos que consumen sean más sanos, nutritivos y producidos de una manera orgánica. Además, se preocupan por

el deterioro actual del medio ambiente. Con lo cual, no solo se ha creado una compleja tendencia social, sino también ha impactado en un fenómeno de *marketing* que se refleja en diferentes ámbitos: social, ecológico, sustentable y empresarial (Mc Donnell Bernabé & Yáñez Rogers, 2008). Por otra parte, los consumidores verdes rechazan los productos que dañen y contaminen el medio ambiente. No solamente se preocupan por la satisfacción de sus necesidades (Chamorro, 2001).

Las 4C´s del marketing de sostenibilidad. Se centran principalmente en los consumidores o clientes, es decir, en conocer cuál es su perfil de compra y las características del mismo, para que de este modo se puedan realizar las estrategias de *marketing*. Las 4C´s son Clientes, Costos, Conveniencia y Comunicación (Belz, Peattie, & Galí, 2013).

Los clientes buscan satisfacer sus necesidades, la solución puede venir de productos materiales o de servicios inmateriales. Los productos y servicios sostenibles ofrecen soluciones a los problemas de los clientes al mismo tiempo que ofrecen soluciones a problemas sociales y ecológicos (Peattie, 1995).

La decisión de compra se basa en un análisis de los beneficios y los costos percibidos, es decir, relacionan el beneficio-costo. Se evalúa por lo regular una serie de factores personales y situacionales, como la conciencia social y ecológica, su nivel de conocimiento, el ingreso disponible, los grupos de referencia y la situación de compra, en donde de acuerdo con la teoría de economía de la información distingue tres cualidades (Nelson, 1970): cualidades de información, cualidades de creencia o de crédito y cualidades de experiencia.

La conveniencia decide si es conveniente para el consumidor adquirir un producto o un servicio, si es conveniente en tiempo o el lugar, si se logra adaptar quien debe comprar o usar.

La comunicación, definida como la publicidad, es una parte esencial para la comercialización de los productos y/o servicios sostenibles, ya que ayuda a su difusión y permite estilos de vida sostenibles. Es importante mantener informado al cliente y hacerlo

consciente sobre la existencia del producto, tener disponibilidad del producto y persuadirlo de adquirirlo.

Objetivo general.

Determinar las estrategias de *marketing* de sostenibilidad para la comercialización de la mermelada orgánica de xoconostle con base en las características del consumidor.

Objetivos específicos.

- Identificar el perfil del consumidor verde y las variables que influyen en su decisión de compra.
- Determinar las estrategias de *marketing* a partir de la información obtenida de la encuesta.
- Definir el mercado en el cual se comercializará la mermelada orgánica de xoconostle.

Metodología.

La presente investigación es de tipo cualitativa y cuantitativa, cuyo objetivo fue generar información más amplia y profunda del proyecto. Como estrategia metodológica se usaron la entrevista a profundidad, el *Focus Group* (grupos de discusión o entrevistas de trabajo) y la Observación Participante como primeras fuentes de información; libros, revistas, artículos científicos y páginas de internet, entre otros, se utilizaron también como fuentes para sustentar la información obtenida.

La aplicación de la entrevista a profundidad (Marshall & Rossman, 1989), se realizó en dos etapas, en la primera parte se hizo una encuesta piloto para revisar el estado de las preguntas en dos centros comerciales conocidos en la Ciudad de Oaxaca y en la segunda parte; se aplicó la entrevista de forma definitiva en los mercados orgánicos seleccionados, por ser los principales puntos de venta de productos naturales 100% orgánicos. Fueron dos instrumentos diferentes, debido a los ajustes y con la finalidad de que se obtuviera

información más precisa acerca de los consumidores. Asimismo, cada uno de los reactivos que integraron la encuesta fueron estructurados para cada una de las 4P´s: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

En la entrevista piloto, se tuvo una población de 50 personas de manera aleatoria en la Ciudad de Oaxaca. El objetivo fue recabar información para conocer a los consumidores y su entorno. El instrumento que fue diseñado para la recolección de datos, estuvo conformado por 22 preguntas, que abarcan diferentes ejes como: información acerca del consumo y gusto de mermeladas comerciales, conocimiento de las marcas dentro del mercado, costo de las mermeladas. Se agregó una sección acerca de las mermeladas orgánicas, el lugar en donde las pueden comprar, los costos y el conocimiento del xoconostle en diferentes productos.

Para aplicar el segundo cuestionario, rediseñado de acuerdo a la prueba piloto, se acudió a tres diferentes mercados orgánicos: “El pochote”, “Tienda naturista de Isa” y “Mercado orgánico mujer nueva”, donde se aplicó a 30 personas de manera aleatoria con la finalidad de obtener información acerca del consumidor y qué es lo que toma en cuenta al realizar sus compras. Estuvo conformado por diez preguntas; cuatro preguntas cerradas, dos preguntas abiertas y cuatro de opción múltiple. Dichos reactivos abarcan diferentes ejes como: preferencias de sabor, precio, consumo de mermelada orgánica, conocimiento de marcas.

En el *Focus Group* (Edmunds, 1999), se realizaron breves sesiones o reuniones de 20 minutos, que se llevaron a cabo en las instalaciones de la Universidad de la Tierra, conocida como “Uní Tierra”, ubicada en la calle de Calle Azucenas 610, Reforma, 68050 Oaxaca, Oax. Se contó con la presencia de cinco personas con el perfil de los denominados “consumidores verdes”, jóvenes adultos de 20 a 37 años de edad que se preocupan por consumir alimentos sanos, que no estén alterados genéticamente, ni utilicen fertilizantes o pesticidas para acelerar su crecimiento, además de que están preocupados por el medio ambiente. Se les dio una breve charla acerca de los alimentos orgánicos, ellos expresaron su punto de vista y además degustaron cuatro tipos de la mermelada orgánica elaborada artesanalmente a base de xoconostle.

Para la actividad de Observación Participante, se visitaron los diferentes mercados orgánicos en la zona metropolitana del Estado de Oaxaca, como El Pochote, Tianguis orgánico Mujer Nueva y la Tienda Naturista de Isa, establecimientos seleccionados por ser los principales puntos de venta de productos orgánicos en la Cd. de Oaxaca. Esta técnica es una herramienta básica de trabajo de campo, que permite entrar en contacto con las fuentes primarias del problema estudiado (Gomezjara & Pérez R., 1993), aquí el investigador se enfrenta "in situ" a una realidad más rica del fenómeno estudiado. La observación participante es un trabajo de campo etnográfico que constituye la base de la antropología cultural (Bernard, 1994). Incluye la observación, observación natural, varias clases de entrevistas (estructuradas, semi-estructuradas y no estructuradas), lista de verificación, cuestionarios y métodos modestos (Bernard, 1994). En suma, el recorrido por las comunidades de estudio y la aplicación misma de encuestas y entrevistas permite al investigador penetrar en la vida cotidiana de las familias. Bernard utiliza siete etapas para realizar su investigación a través de la técnica de observación participante.

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas que fueron aplicadas en los centros comerciales y en los mercados orgánicos previamente seleccionados se prosiguió a la realización de tres bases de datos en el programa Excel, en el cual, se capturaron todos los datos de la investigación de campo; después de construir la base de datos, se elaboraron las gráficas de pastel que proyectaron los resultados de forma más precisa y accesible.

La investigación siguió un proceso de varias etapas para su desarrollo hasta llegar a su integración final, iniciando con el diseño y tipo de la investigación, los objetivos, la recopilación de los datos, su análisis e interpretación, los resultados, las conclusiones y las fuentes consultadas.

Resultados.

Resultados de la encuesta primera etapa. Del total de las personas encuestadas el 52% de ellas contestaron que si consumen mermeladas, por otra parte, un 46% de ellas las consumen regularmente, es decir, su consumo es de manera esporádica y solamente un 2%

de los consumidores contestaron que no consumen mermeladas. Un 40% de personas que consumen mermelada son adultos jóvenes que van de los 20 a 27 años de edad. Seguidos por niños que representan un 27% que van de 6 a 14años de edad, mientras que los adolescentes que van de 15 a 20 años de edad representan un 23%, quienes consumen en menor porción las mermeladas son los adultos mayores, quienes se encuentran en una edad de 38 a 60 años mismos que representan un 10%. La mermelada de fresa fue una de las más conocidas y preferidas, con un total de 54%, la segunda fue la de zarzamora con un total de 31%, las menos consumidas son la de piña y naranja con un 2%. 67% de los encuestados dijeron que prefieren una mermelada normal, es decir, con su mismo nivel de azúcar, mientras que un 23% prefieren las mermeladas reducidas en azúcar. Un 56% usualmente compra una mermelada de 330gr., 36% prefiere comprar mermelada de tamaño pequeño de 230gr. Sólo un 6% compra mermelada de 900 gr. 69% consumen la marca McCormick, las marcas Clemente Jacques y Smucker´s se encuentran en segundo lugar de preferencia con un 9% y la marca La costeña con un 7%. 38% realiza sus compras en Chedraui, Bodega Aurrera con un 19%, Soriana 17% y Wal-Mart con 14%. Un 2% acude a pequeñas tiendas como: Meraz, Pitico, Tiendas del ISSSTE, dentro de este porcentaje también se encuentran las tiendas naturistas y tianguis orgánicos.

Un 94% de los consumidores no han probado una mermelada orgánica elaborada de xoconostle, no conocen este fruto, ni el lugar de donde proviene y que no es fácil de encontrar. Solo un pequeño porcentaje ha probado esta mermelada orgánica, pero desconoce su lugar de procedencia.

Resultados de las encuestas en los mercados orgánicos. De los asistentes a los tres mercados orgánicos seleccionados, el porcentaje mayor de asistencia es de mujeres, adultos jóvenes que van de 20 a 37 años de edad y en segundo lugar a los adultos mayores que van de 38 a 60 años de edad. Consumen mermeladas orgánicas, aunque algunos de los encuestados mencionaron que nunca habían escuchado hablar del término “orgánico”. Las mermeladas que más se consumen son de manzana, pera, zarzamora, fresa, membrillo, durazno y maracuyá. Solo un 11% de los consumidores de mermelada orgánica recuerdan el nombre de la marca de las mermeladas que consumen, un 67% aproximadamente, no recuerda el nombre de la marca. 22% dijo que estos productos no tienen una etiqueta. 61%

prefieren que una mermelada sea gelatinosa, argumentando que de esta forma la sensación es más satisfactoria, mientras que para un 22% de ellos comentaron que prefieren que sean consistentes. Los consumidores están conscientes que el precio de una mermelada orgánica es un poco elevado a comparación de las mermeladas comerciales, opinaron también que están dispuestos a pagar un poco más por una mermelada que esté elaborada a base de frutas naturales sin el uso de fertilizantes que dañen su salud. Un 43% aproximadamente dijo que normalmente el precio de la mermelada que consumen es de $50.00 el frasco de 325 gr. Un 44% tienen una percepción económica quincenal de $5,000.00 a $6,800.00, mientras que un 22% tiene una percepción económica que va de $3,500.00 a $4,800.00. De un 80% al 90% de los encuestados, no han consumido una mermelada orgánica de xoconostle ni habían escuchado hablar de esta fruta. El 81% de los consumidores se preocupan por la comunidad en donde elaboran productos orgánicos, para ellos es importante que los habitantes de las comunidades se beneficien de la venta de sus diferentes productos, por lo que si apoyarían con su compra si les gusta la mermelada.

Resultados del *Focus Group* y de la degustación de la mermelada orgánica a base de xoconostle. Para realizar la degustación de la mermelada a base de xoconostle primero se les presentó la fruta en fresco en un estado de madurez exacto para consumirla, con el fin de que la conocieran físicamente y que la degustaran, esto con el principal objetivo, de que conocieran primero el sabor que tiene la xoconostle antes de ser transformada a mermelada, para que después de haberla probado opinaran acerca del sabor, es decir, si realmente el sabor de la fruta en fresco se acerca o es similar una vez realizado el proceso de la presentación de la mermelada orgánica. Es importante mencionar que todo este proceso de la degustación de la mermelada orgánica de xoconostle fue documentado y grabado, así como la degustación de la xoconostle en fresco.

Posteriormente degustaron las cuatro diferentes mermeladas de xoconostle, llegando a la conclusión que, la mermelada marcada con la letra “D” es la que más les gustaba, ya que, satisfacía ciertos puntos como sabor, color y consistencia; además opinaron que al tener las semillas enteras propias de la fruta y, el hecho de que estuviera mezclada con hierbas de olor la hacía aún más natural y más agradable para su paladar, llegando al punto de considerarlo un producto orgánico y gourmet. La degustación se hizo acompañada de pan

tostado integral, ya que tiene un sabor neutro, el cual permite reconocer más fácilmente el sabor de la xoconostle.

En lo que respecta a la observación participante, estos mercados venden productos envasados como mermeladas, galletas, granola, entre otros y preparan alimentos como atoles, enchiladas suizas, fruta, café, ensaladas. Sus instalaciones, excepto por el mercado orgánico Mujer Nueva, dan cabida a un número grande de consumidores nacionales y extranjeros y están iluminadas de una manera natural, la clientela es muy variada. Los productos que se ofrecen son de manera limitada, ya que están elaborados con materias naturales de temporada, conservando esta identidad de alimentos orgánicos.

Con base a los resultados se puso en marcha la construcción de las estrategias de las 4C´s: clientes, costos, conveniencia y comunicación, para comercializar la mermelada orgánica de xoconoxtle del municipio de la Villa de Santiago Chazumba, Oaxaca.

Teniendo el producto final de la mermelada orgánica de xoconostle y los resultados acerca de los consumidores, se procedió a diseñar una imagen con el fin de lograr un impacto positivo en la mente de los consumidores, para esto, se elaboró una etiqueta que cumpliera con las características de los consumidores y los elementos que toman en cuenta para la toma de decisión de compra, lo cual, se realizó con la ayuda de las herramientas del marketing que se observaron anteriormente. La mermelada orgánica de xoconostle lleva el nombre “De la abuelita Toqui”. La estructura de la etiqueta está construida armoniosamente con todas sus características, las cuales son: color, tipografía, imágenes, formas y texto para que al consumidor le sea fácil de procesar toda la información. La etiqueta es completamente de tipo informativa, ya que, su principal función es informar al cliente acerca del producto y sus principales características, como el lugar donde proviene y con que está elaborada. Se aprecia la información nutrimental de la mermelada orgánica de xoconostle, los principales atributos y la cantidad en porciones que ofrece, además de los ingredientes con los que está elaborada, como lo indica la norma oficial mexicana NOM-050-SCFI-2004 para los productos envasados. También se agregaron imágenes que hacen referencia a un producto orgánico, con el cual el cliente al verlo pueda identificar de qué se trata el producto. Su costo se determinó en $80.00 y como primera opción de venta de acuerdo a los clientes se consideró al Mercado orgánico “El Pochote” por sus

características, con el objetivo de ampliar su comercialización a los otros mercados. Para difundir la mermelada orgánica de xoconostle, se utilizarán como medios de comunicación, las redes sociales de Facebook, Instagram y Twitter, ya que están al alcance de los consumidores en cualquier lugar y en tiempo real, además de estar en constante actualización. En estas redes sociales, se publicará información de interés como; el lugar en donde se puede adquirir la mermelada orgánica de xoconostle, así como los principales atractivos de la comunidad de la Villa de Santiago Chazumba, fotografías de la flora y fauna, información de las cactáceas de donde provienen las xoconostles, la manera en cómo es su crecimiento y la forma de recolección de la cosecha y la elaboración de la mermelada orgánica, con la finalidad de transmitir y hacer visible a los consumidores que es un producto totalmente orgánico libre de químicos; el cual, no sólo se preocupa por ofrecer un producto sano a los consumidores, sino también, cuidar al medio ambiente al no utilizar productos químicos como fertilizantes y pesticidas para la producción del xoconostle.

Conclusiones.

Considerando los objetivos específicos de esta investigación: La segmentación demográfica de los mercados orgánicos toma en cuenta variables de género, edad e ingresos económicos quincenales. La mejor opción para comercializar la mermelada orgánica de xoconostle “De la abuelita Toqui” es el mercado orgánico “El Pochote” por su infraestructura y características. La construcción de la marca “De la abuelita Toqui” es fácil de recordar y transmite emociones de empatía a los consumidores verdes. Los componentes de la etiqueta del producto son llamativos y transmiten la esencia de la comunidad de origen. Los datos obtenidos en las encuestas aplicadas en los mercados orgánicos de la zona metropolitana de la ciudad de Oaxaca refieren que los factores que influyen en los consumidores para su decisión de compra son: la economía, sociedad, gustos y hábitos. Por lo tanto, este proyecto es factible de llevar a cabo. El producto orgánico “De la abuelita Toqui” cumple con las exigencias de los consumidores de este nuevo segmento de mercado.

Bibliografía.

Chamorro, A. (2001). *Marketing econológico. Puertas a la Lectura*. Universidad de Extremadura.

Casanova, D. (12 de Junio de 2012). www.Clickconsulting.es. Recuperado el 14 de Octubre de 2016, de http://www.clickconsulting.es/el-poder-de-los-colores-en-el-marketing/#.WAEsS2NcdE5

Beltrán, M. C. (2005). *La pitaya stenocereus stellatus, como alimento funcional*.

Belz, E.-M. (2006). *"Marketing in the 21st century"*, Business Strategy and Enviroment.

Belz, F.-M., Peattie, K., & Galí, J. M. (2013). *Marketing de sostenibilidad. Una Perspectiva Global*, PROFIT.

Bernard, H. (1994). *Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approches.* 2nd. Edition.

Braidot, N. P. (2007). *Neuromarketing ¿Por qué tus clientes se acuestan con otros sí dicen que les gustas tú?* ISBN 9788498750447. Ediciones gestion 2000.

Brand, A. (19 de Octubre de 2016). http://www.admirabrand.com. Obtenido de http://www.admirabrand.com/requisitosexito.html

Flores, C. (2003). *Piatayas y Pitahayas. Producción, poscosecha, industrializacióny comercialización.* (U. A. Chapingo, Ed.) 1º Edición.

García Samano, R. (2009). *Xoconostle: Un alimento con gran potencial*. Revista Vinculado

Genco, S. P., A. P., & S. P. (2003). *Neuromarketing* ISBN: 978-1-118-51858-8. Dummies.

Gomezjara, F., & Pérez R., N. (1993). *El diseño de la investigación social*. México, D.F: Rompan Filas.

Gonzáles, L. A. (2015). *Neuromarketing*. Bogotá, Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.

GreenFacts Facts on Health and the Environment. (s.f.). Recuperado el 24 de Enero de 2017, de www.greenfacts.org: https://www.greenfacts.org/ es/glosario/pqrs/ sostenibilidad.htm

Henion, K. & Kinner, T. (1976). *Ecological Marketing*. Chicago: American Marketing Association.

Kloter, P. & Zalmant, G. (1971). *Social Marketing*: An approach to planned social change. Journal of MArketing.

Kloter, P., Bowen, J. & Makens, J. (2004). *"Marketing para Turismo*".

Kotler, P. (1999). Planificación de marketing mix.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educacion.

Kotler, P. & Keller, k. (2006). *Dirección de Marketing*. McGraw-hill Interamericana.

Luisannet, C. Y. (19 de Octubre de 2016). www.luisan.net. Obtenido de http://www.luisan.net/identidad-corporativa/naming.html

McCarthy, E. P. (2001). *Marketing un Enfoque Global*. México: McGraw-Hill.

Mc Donnell Bernabé, P. R., & Yáñez Rogers, M. A. (2008). *Alimentos Orgánicos: ¿Qué es lo que Busca el Consumidor Verde?* Santiago, Chile, 18,17.

Macedoneo, B. (2005). *El concepto de sostenibilidad*. Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe UNESCO.

Mahmoud, A. W., & Lawrence, G. B. (2004). Maslow reconsidered: *A review of research on the need hierarchy theory*. New York, USA: Baruch Collegue The City University of New York.

Marshall, C., & Rossman, G. (1989). *Designing Qualitative Research*. 79-82.

Martines L., E., & Lira C., L. (2010). *Análisis y Aplicación de las Expresiones del Contenido de Humedad en los Sólidos*. Simposio de Metrología.

Maslow, A. (1954). *Motivación y Personalidad* ISBN: 84-87189-84-9. Madrid, España: Diaz de Santos.

Nelson, P. (1970). *Information and consumer behavior*, Journal of Political Economy.

Neuromarca. (s.f.). Recuperado el 2 de junio de 2017, de http://neuromarca.com/ neuromarketing/: http://neuromarca.com

Peattie, K. (1995). *Environmental Marketing Management*: Meeting the Green Challenge. London: Pitman Publishing.

Perez, J. R. (8 de Octubre de 2016). Trabajo de campo en mercados orgánicos de la ciudad de Oaxaca. Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

Rojas Pérez, J. A. (2016). Análisis de la base de datos mermeladas.

Rojas Pérez, J. A. (2016). Segmentación de mercado a partir de las encuestas aplicadas en mercados orgánicos. Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

Rosario.com. (09 de Octubre de 2014). Recuperado el 4 de Junio de 2017, de http://www.rosario.com/nota.aspx?idNot=4335&En_EEUU,_los_adolescentes_prefieren_Twitter_e_Instagram_sobre_Facebook

Santesmases Mertre, M. (1999). *Marketing Conceptos y Estrategias* (4ta Edición ed.). España: Ediciones Pirámide.

Sherkovin, y. (1982). *Problemas Psicológicos de los procesos masivos de información* ISSN: 0041-8420. La Habana.

Stanton, E. y. (2000). *Fundamentos del Marketing* (Onceava ed.). México D.F, México: McGraw Hill/ Interamericana.

Treviño, R. (2000). *Publicidad, Comunicación Integral en Marketing*. México: McGraw-Hill/Interamericana.

www.crecenegocios.com. (s.f.). Recuperado el 20 de Octubre de 2016, de www.crecenegocios.com: http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias- de-marketing/

UNA APROXIMACIÓN DEL MARKETING DE RELACIONES A LAS EXPECTATIVAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EDUCATIVA DE NIVEL SUPERIOR

Beatriz Llamas Aréchiga
Leticia María González Velásquez
Francisco Espinoza Morales

Resumen.

Este estudio analiza el papel que juegan las estrategias de mercadotecnia implementadas a través de la modelización de elementos que intervienen en la construcción de relaciones de calidad, a partir de las implicaciones de la confianza en la lealtad (actitudinal y conductual). Probando su aportación en la mejora de la calidad en las relaciones establecidas con los usuarios de los servicios que ofrecen las Instituciones de Educación Superior (IES). La contrastación de hipótesis se realiza sobre un estudio empírico de naturaleza cuantitativa, mediante el método de Modelos Ecuaciones Estructurales sobre una muestra de 287 estudiantes de nivel superior.

Los resultados demuestran que la confianza influye positiva y significativamente sobre la lealtad. El estudio concluye con la aportación de recomendaciones dirigidas a los actores de la Gestión de la calidad en la educación, que se interesen por establecer y consolidar en el tiempo relaciones de calidad con sus públicos.

Palabras clave: Calidad en la educación, confianza, lealtad, educación superior

Introducción.

La educación superior actualmente enfrenta grandes desafíos derivado de un cambio constante del entorno que representan en algunos casos oportunidades, pero lamentablemente también amenazas, ante las cuales deben buscarse soluciones innovadoras para alcanzar el desarrollo de la nación, a partir de reconocer el valor estratégico del conocimiento y la información; donde un papel fundamental lo desempeñan las

Instituciones de Educación Superior (IES) del país (Senado de la República, 2013). Resultando prioritario dirigir los esfuerzos fundamentalmente al aseguramiento de la calidad de la educación (Questa, 2014); la cual está determinada por el nivel de cumplimiento de su funcionalidad (Pérez, López, Peralta y Municio, 2004), eficiencia y eficacia (Frigerio, Poggi, Tiramonti y Aguerrondo, 1992; Pérez et al., 2004), capacidad para cumplir el compromiso (Garbarino y Johnson, 1999; Zapata, 2000; Raimondo, Miceli y Costabile, 2008; y Long, 2010), de satisfacer las necesidades intelectuales del usuario/cliente (Garbarino y Johnson, 1999; Zapata, 2000; Raimondo et al., 2008; y Long, 2010); así como la integración al entorno social (Frigerio et al., 1992; Gento, 2002).

Bajo esta perspectiva, se identifican las variables que determinan la calidad en la educación, así como aquellas que miden la calidad en las relaciones, que incluyen la confianza y lealtad del estudiante como indicadores para evaluarlos. Aspectos que se han convertido en parte de los indicadores del modelo de evaluación de la calidad implementado por los organismos acreditadores en México.

El interés por garantizar la calidad educativa surge ante la necesidad de las universidades de establecer un sistema para gestionar la calidad de forma adecuada y eficiente con base a los estándares exigidos por la sociedad; dado que así como en las organizaciones la calidad debe ser gestionada, que requiere de procesos administrativos encaminados a lograr los niveles de calidad establecidos ya sea por la propia organización, las partes interesadas o por alguna autoridad nacional o internacional reguladora. Lo que implica el diseño de un sistema conformado por los elementos mas relevantes de las Instituciones de Educación Superior que se asocien con la calidad educativa (Vesga, 2013). En relación a lo anterior, organismos internacionales han determinado que “el proceso de la educación debe contar con un sistema de control que permita saber si los productos finales se adecuan a los estándares de calidad preestablecidos, con la finalidad de cumplir con los estándares de calidad adecuados a las necesidades y expectativas de la sociedad” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [*UNESCO*], (1997).

El entendimiento de la conceptualización de calidad educativa y sus implicaciones es importante para las universidades, por lo que el conocimiento del significado de la calidad en el entorno de las IES ayudará a establecer nuevos parámetros para medir con precisión el nivel de la calidad educativa impartida por la institución, esto mediante la identificación de

los elementos adecuados. Considerando los factores que afectan la calidad en la educación en las IES públicas, existe la necesidad de emprender esfuerzos de gestión administrativa y mercadológicos que conlleven a la generación de valor que mejore los niveles de percepción de calidad educativa de las IES y por consiguiente a la creación de nuevos clientes, retener y mantener los actuales. Por lo que la finalidad de este trabajo es proponer un modelo para medir la confianza que tienen los estudiantes en las Instituciones de Educación Superior, analizando su impacto en el desarrollo de relaciones de calidad; como un indicador de la gestión de la calidad educativa. Considerando para ello, probar de manera empírica el modelo que considera la confianza como determinante significativo que impacta la calidad de las relaciones, a partir del elemento lealtad (actitudinal y conductual).

Marco teórico

*Calidad educativa***.** La dificultad al momento de definir la calidad educativa se debe a que su concepto es dinámico y relativo, es decir, su significado dependerá del punto de vista o enfoque en el que se evalué (Backhoff, Bouzas, Hernández y García, 2009); y puede definirse según Aguerrondo (s.f.) a partir de la visión o el campo de acción de las personas e instituciones. Asimismo, Ayarza y González (1997) consideran que el concepto de calidad educativa en las IES no existe como tal, dado que solamente es una comparación entre algo que puede ser mejor o peor que otro, por lo que se establece que la calidad de una institución a otra será mejor base a los objetivos, fines y necesidades de cada individuo.

De conformidad con lo anterior, López (2001), señala que la calidad de la educación superior es un concepto multidimensional que depende en gran medida del entorno en un determinado sistema o cometido institucional, o de las condiciones y normas en una disciplina determinada. Partiendo de lo anterior, se puede aclarar que el nivel de calidad educativa con que cuenta la Institución de Educación Superior dependerá de la percepción que tengan los estudiantes o prospectos ante la opinión de conocidos o contacto con la universidad. Para Tapia (2013), la gestión de la calidad es una actividad de tipo directivo en varios niveles de una organización, dirigida a lograr el incremento de la calidad que la organización se propone. También añade que la gestión de la calidad se conforma del

conjunto de estrategias (políticas, acciones, y procedimientos) dirigidas al mantenimiento, la garantia y la promoción de la calidad de la institución para lograr su excelencia.

En la concepción de Martínez (2015), se refiere a la gestión educativa como un proceso sistemático enfocado al fortalecimiento de las instituciones educativas con el objetivo de enriquecer los procesos pedagógicos, directivos, comunitarios y administrativos, para conservar la autonomía institucional para poder responder a las necesidades educativas, locales, regionales y mundiales. Añadiendo que la gestión educativa es un proceso sistemático que tiene pasos establecidos donde se debe de empezar con una planeación y evaluación para fortalecer lo que son las instituciones, para poder llevar a cabo esto se necesita de fases. Por ello, la identificación de los elementos que conforman y miden la calidad de educación de una universidad permitirá atender las áreas de oportunidad de mejora con el objetivo de brindar un servicio educativo adecuado para los estudiantes y la sociedad. Dando sustento a lo anterior la afirmación de Vilca (2010), que sostiene que la excelencia de una institución dependerá de la capacidad de crecer en la mejora continúa de cada uno de los procesos que la conforman y que rigen su actividad diaria.

Ante la necesidad de asumir esos compromisos, las IES están conscientes de los aspectos más relevantes sobre la calidad educativa, considerando las aportaciones de la *UNESCO* (1997), en la que describe una serie de puntos relevantes ante la necesidad de las universidades de brindar un servicio de calidad: a) La necesidad de las IES de aplicar diagnósticos para determinar los niveles de calidad existentes, así como la estimación de las habilidades y destrezas adquiridas por los educandos en la escuela; b) La dificultad de determinar con precisión las variables que conforman la calidad educativa, así como las limitaciones en las formas de operacionalizarlas; c) Se considera que la calidad está ligada al problema de equidad, considerando la calidad de la educación que reciben los sectores más pobres es notoriamente más baja, denotando las diferencias sociales y económicas.

Las apreciaciones de la calidad pueden ayudar a superar el problema de la falta de equidad en el servicio educativo, al identificar las escuelas más carentes y que consecuentemente requieren acciones concretas que les permitan mejorar la calidad de la educación entregada a los sectores más desfavorecidos en lo cultural, social y económico.

*Dimensiones de la calidad educativa***.** El aseguramiento de la calidad de la educación (Questa, 2014) está determinada por el nivel de cumplimiento de su funcionalidad (Pérez, López, Peralta & Municio, 2004), eficiencia y eficacia (Frigerio et al., 1992; Toranzos, 1996; Pérez, et al., 2004), relevancia (Toranzos, 1996), medios de aprendizaje (Toranzos, 1996); capacidad para cumplir el compromiso (Garbarino & Johnson, 1999; Raimondo et al., 2008; Long, 2010) de satisfacer las necesidades intelectuales del usuario/cliente (Garbarino & Johnson, 1999; Zapata, 2000; Raimondo, et al., 2008; Long, 2010); equidad (Schmelkes, 2001); relaciones de calidad (Dwuer, Schurr y Oh, 1987; Morgan y Hunt, 1994, Garbarino & Johnson, 1999; Raimundo et al., 2008; Moliner, Sánchez, Callarisa & Rodríguez, 2008); así como la integración al entorno social (Frigerio, et al., 1992; y Gento, 2002).

De acuerdo a lo anterior, cabe mencionar que las necesidades y exigencias de la sociedad, es decir, para considerar la educación de una universidad como de calidad es necesario contemplar las espectativas, intereses y aspiraciones del estudiante y la sociedad para poder ofrecer un servicio educativo adecuado que permita cumplir sus objetivos.

Las IES tienen la obligación y el compromiso de ofrecer un nivel de calidad educativa aceptable para los estudiantes y la sociedad, esto por razones de desarrollo cultural y social. Tünnermann (2001) considera que las transformaciones que deberán producirse para lograr el progreso y desarrollo de la sociedad se fundamentan en el recurso organizacional más importante que es el conocimiento. Asimismo, Moreno (2013) reconoce que "las universidades tienen como misión la generación y difusión de conocimientos para de esa manera poder cumplir la función social que se les ha encomendado. En atención a ello se requiere que las instituciones de educación superior inicien un proceso de cambio institucional para estar en sintonía con los cambios que ha originado esta nueva época". Este aspecto respalda la importancia de implementar nuevos sistemas para medir la calidad educativa de las IES y con ello emplear estrategias que correspondan y adecúen a las necesidades de los estudiantes para poder enfrentar un ambiente laboral más difícil y cambiante.

*Gestión de la calidad educativa***.** La importancia de la gestión de la calidad educativa surge ante la necesidad de las universidades de establecer un sistema adecuado para gestionar la calidad de forma adecuada y eficiente base a los estándares exigidos por la sociedad.

Asimismo, “la calidad en las organizaciones debe ser gestionada pues esta no se logra por sí misma sino que requiere de procesos de gestión encaminados a lograr los niveles de calidad establecidos ya sea por la propia organización, las partes interesadas o por alguna autoridad nacional o internacional reguladora” (Vesga, 2013); resaltando que el gestionamiento de la calidad educativa debe implicar el diseño de un sistema conformado por los elementos más relevantes de la IES que se asocien con la calidad.

Luego entonces, “el proceso de la educación debe contar con un sistema de control que permita saber si los productos finales se adecuan a los estándares de calidad preestablecidos, con la finalidad de cumplir con los estándares de calidad adecuados a las necesidades y expectativas de la sociedad” (UNESCO, 1997). Por ello, la importancia de establecer una correcta gestión de calidad como plan estratégico, dado el continuo crecimiento de las opciones de oferta educativa, ante lo cual “resulta evidente que la calidad ha entrado en el lenguaje, en los planes estratégicos universitarios” (Villa, 2008). Por lo que es de suponer que la sociedad espera que las IES cumplan con una gestión de calidad para ofrecer un mejor servicio a los alumnos y prospectos. Ante lo cual, la gestión de la calidad es un requisito indispensable que se debe perseguir en las operaciones de las organizaciones, incluidas las Universidades (Galán, 2013).

*Marketing relacional y gestión de calidad***.** La trascendencia de las relaciones de calidad ha sido tratada por Morgan & Hunt (1994); Grönroos (1994); Anderson & Narus (1990); Garbarino & Johnson (1999); Raimondo et al. (2008); Moliner et al. (2008); y Long (2010) entre otros, de donde han surgido importantes aportaciones al marketing relacional expresadas en sus estudios sobre relaciones entre empresas, empresas con clientes y clientes con clientes. Dado el interés de las empresas por mantener relaciones a largo plazo con sus clientes, los estudios centrados en la fidelidad o lealtad del cliente medidos en las dimensiones (actitud y conducta) han cobrado un fuerte impulso. Para Moliner et al. (2008) una compra es un comportamiento consecuencia de un análisis afectivo (actitud) y cognitivo (conducta). Motivo por el cual resulta necesario estudiar las actitudes e intenciones por parte de las empresas para explicar los comportamientos de lealtad. En una idea similar Gummesson (1987) expresa que la calidad en la relación puede ser interpretada en términos de valor acumulado; surgiendo el interés de medir el valor del cliente a lo largo del tiempo (Moliner et al., 2008).

Lago, López, Municio, Ospina & Vergara (2013), consideran la calidad educativa como el resultado de la comparación de las expectativas con la percepción del servicio recibido. Significando que la satisfacción de las personas y el valor percibido están dentro de la medida de calidad. Por lo tanto, considerando el aspecto de evaluación, González & Torre (2007), señalan que la calidad educativa puede medirse mediante indicadores, criterios y variables que permiten garantizar a la sociedad bases para percibir correctamente a las IES. Entre los indicadores que se consideran al momento de medir el nivel de la calidad de las universidades, están aspectos como los planes y programas de estudio, la plantilla docente, los alumnos, la infraestructura, el financiamiento y los procesos académico-administrativos (Gil, 2006).

Garbarino & Johnson (1999); Raimondo et al. (2008); y Long (2010) proponen la confianza y compromiso como variables mediadoras en el desarrollo de relaciones de lealtad. Asimismo, el compromiso es considerado como un elemento fundamental en la construcción de relaciones exitosas a largo plazo (Morgan & Hunt, 1994; Dwuer, Schurr & Oh, 1987); el cual es definido como un deseo duradero de mantener una relación considerada de valor (Moorman, Zaltman & Deshpande, 1992). Garbarino & Johnson (1999), demuestran la influencia del compromiso en las medidas de lealtad de conducta; Chaudhuri & Holbrook (2001), afirman que "la lealtad de actitud es el nivel de compromiso del cliente hacia la marca" y consideran que el concepto de compromiso concuerda significativamente con el de lealtad de actitud. Bajo estos criterios se plantean las siguientes hipótesis:

H_1. Existe una relación positiva y significativa entre la confianza y la lealtad actitudinal de los estudiantes de IES

H_2. Existe una relación positiva y significativa entre la confianza y la lealtad conductual de los estudiantes de IES.

Metodología.

Se inicia con una investigación exploratoria para efectos de aclarar el panorama de la misma, revisando fuentes de datos secundarias para precisar el problema de estudio, desarrollar las preguntas de investigación, así como para clasificar las variables claves a

estudiar, según lo que sugiere Malhotra (2008). Por lo que se trata de un trabajo empírico que utiliza un enfoque de tipo cuantitativo (ya que la obtención de datos se recopiló por medio de un cuestionario estructurado vía escalas de medidas); así como de tipo cualitativa y dada su naturaleza por describir situaciones específicas del mercado objeto de análisis se considera un diseño de investigación descriptiva (Hair, Bush & Ortinau, 2009).

La investigación no pretende hacer variar en forma intencional las variables para ver sus efectos sobre otras variables, es decir, no se manipulan las variables, observando el fenómeno en su contexto natural para después analizarlo (Kerlinger & Lee, 2002), por lo que se trata de una investigación no experimental; así como de tipo transversal o transaccional ya que los datos se recolectaron en un momento y una sola vez en la muestra de los elementos de la población (IES en Navojoa, Sonora) como señalan Malhotra (2008) y Hair et al. (2009).

Para la recolección de datos y muestra, se diseñó un instrumento de tipo escala de medida *Likert* de 7 puntos, que van desde Totalmente en desacuerdo (1), hasta Totalmente de acuerdo (7). El cual se ha desarrollado para medir el grado de confianza que tienen los usuarios de los servicios públicos.

*Recolección de datos***.** La unidad de estudio fueron los estudiantes de IES (UNISON, ITSON, UES, UNAV) de Navojoa, Sonora. Se realizaron 20 pruebas piloto para asegurar la funcionalidad del instrumento de medida que cuantifican las escalas de medida de los constructos confianza (CONF) y lealtad (LEAL).

El tamaño de la muestra fue de 287 cuestionarios válidos, a través de un instrumento estructurado mediante un procedimiento de muestreo aleatorio sistemático. Específicamente sería encuestado el primer estudiante que ingresara a la IES por el acceso principal, siguiendo saltos de tres. Representando un error muestral del ± 5,0% para una población finita con un nivel de confianza del 95%.

*Análisis estadístico de los resultados***.** Siguiendo a Espejel, Fandos, Burgos & Palafox (2011), en su resumen de la validación del modelo de medida para constructos reflectivos; se comprobó la fiabilidad individual de los indicadores como integrante de un constructo

reflectivo a través de las cargas factoriales (Tabla 1). La carga factorial (λ) debe ser igual o superior que 0,707 (Carmines & Zeller 1979). Las cargas factoriales muestran que la varianza compartida entre el constructo y sus respectivos indicadores sean mayores que la varianza del error. Considerando el criterio de aceptación anterior ($\lambda \geq 0{,}707$), se aceptan todos los indicadores. Al igual el cálculo mediante el análisis de la Varianza Extraída (AVE) para los constructor reflectivos (Fornell & Larcker, 1981), así como los coeficientes *path* o pesos de regresión estandarizados (β). También, se calculó la parte de la Varianza (R^2) que es explicada por el constructo (Bollen, 1989) por medio de la Comunalidad (λ_i^2) de las variables manifiestas, las cuales se comprueban con el software PLS.

Tabla 1. Modelo de medida Universidades

Constructo Indicadores	Cargas factoriales (λ)	Comunalidad (λ2)
Confianza		
CONF1	0.7963***	0.6708
CONF2	0.8424***	0.6909
CONF3	0.8046***	0.5979
CONF4	0.8279***	0.6353
CONF5	0.8232***	0.6099
CONF6	0.7560***	0.5723
Lealtad Actitudinal		
LEAL1	0.8536***	0.6345
LEAL2	0.8931***	0.6981
LEAL3	0.8299***	0.6539
LEAL4	0.8245***	0.5912
Lealtad Conductual		
LEAL5	0.9576***	0.7661
LEAL6	0.9535***	0.7161
*** valor t > 2,576 (p < 0,01), ** valor t > 1,960 (p < 0,05), * valor t > 1,645 (p < 0,10), n.s. = no significativo. N/A = No aplicable		

Fuente: Elaboración propia.

*Fiabilidad del constructo***.** Se analiza la fiabilidad del constructo a través de la medida del *Alfa de Cronbach* (α) y el Coeficiente de Fiabilidad Compuesta del Constructo (ρ_c). En la

tabla 2 se muestra que el *Alfa de Cronbach* es mayor que 0,700 en todos los casos, propuesto por (Nunnally, 1978; Sanz, Ruiz & Aldás, 2008). Para el Coeficiente de Fiabilidad Compuesta o Coeficiente *Rho de Spearman*, todos los constructos reflectivos tienen valores mayores que 0,600 (Bagozzi e Yi, 1988; Chin, 1998; Steemkamp Geyskens, 2006). También se comprobó que todos los Coeficientes de Fiabilidad Compuesta hayan sido superiores que los valores de *Alfa de Cronbach* para cada uno de los constructos propuestos (Fornell & Larcker, 1981). Por tanto, puede decirse que los constructos sugeridos en el modelo poseen una consistencia interna satisfactoria para el modelo conceptual planteado. La validez convergente, se calcula mediante el Análisis de la Varianza Extraída (AVE) para los constructos reflectivos (Fornell & Larcker, 1981). El valor AVE proporciona la cantidad de varianza que un constructo reflectivo obtiene de sus indicadores con relación a la cantidad de varianza provocado por el error de medida. Para el modelo de medida propuesto el coeficiente AVE para los constructos reflectivos debe ser mayor que *0,500* (Bagozzi, 1981; Fornell & Lacker, 1981). Revelando que más del 50% de la varianza del constructo se debe a sus indicadores; demostrando mediante el análisis de AVE, la validez convergente de los constructos planteados (Tabla 3).

Tabla 2. Fiabilidad del constructo-Modelo de medida: Universidades

Constructo **Indicadores**	**Alfa de Cronbach** **(α)**	**Fiabilidad Compuesta** **(ρc)**	**Análisis** **Varianza Extraída (AVE)**
Confianza (CONF1;CONF2;CONF3;CONF4;CONF5;CONF6)	0.8940	0.9190	0.6543
Lealtad actitudinal (LEAL1;LEAL2;LEAL3;LEAL4)	0.8728	0.9128	0.7236
Lealtad conductual (LEAL5;LEAL6)	0.9049	0.9546	0.9132

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Fiabilidad del constructo: Validez Convergente y Discriminante

Matriz de correlaciones estandarizadas entre las diferentes variables latentes

Constructo	Confianza	Lealtad actitudinal	Lealtad conductual
Confianza	0.8089		
Lealtad actitudinal	0.6950	0.8507	
Lealtad conductual	0.5970	0.7430	0.9556

Fuente: Elaboración propia

La validación del modelo estructural se analiza por medio de dos índices básicos (Espejel et al., 2011). Primeramente, se tiene que la varianza explicada (R^2) de las variables endógenas o dependientes (R^2) debe ser igual o mayor que 0,100 (Falk & Miller, 1992). Partiendo de este criterio empírico todos los constructos poseen una calidad de poder de predicción apropiado para el modelo estructural planteado (Tabla 4; Figura 1). Con respecto al índice de los coeficientes *path* o pesos de regresión estandarizados (β), deben alcanzar al menos un valor de 0,200 (Johnson, Herrmann y Huber, 2006), para que se consideren significativos, pero un criterio científico más riguroso especifica que deben situarse por encima de 0,300 (Chin, 1998), por lo que, las hipótesis de trabajo del modelo estructural H1 y H2 cumplen con el criterio de aceptación ($\beta \geq 0{,}200$; Chin, 1998).

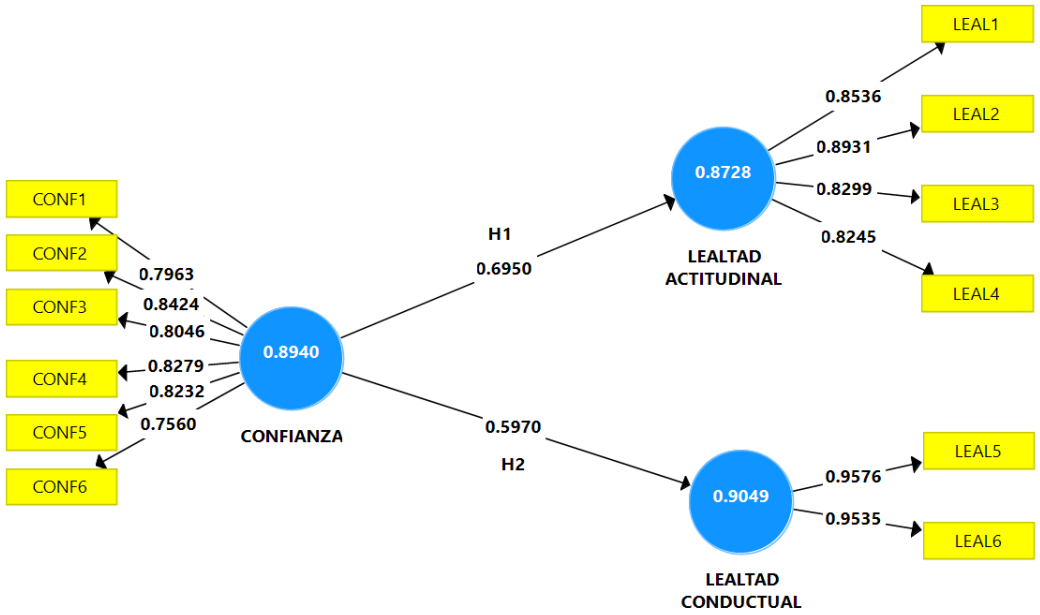
Tabla 4. Resultados del análisis PLS – Modelo estructural: Universidades

Hipótesis	**Signo de la hipótesis**	**Coeficientes path estandarizados (β)**	**Valor t (Bootstrap)**
H1: Confianza → Lealtad actitudinal	+	0.6950	17.6298***
H2: Confianza → Lealtad conductual	+	0.5970	10.6111***
Nota: *** valor t > 2,576 (p < 0,01), ** valor t > 1,960 (p < 0,05), * valor t > 1,645 (p < 0,10), n.s. = no significativo.			

Constructo	Varianza Explicada R^2	Prueba de Stone-Geisser Q^2
Confianza		
Lealtad actitudinal	0.4830	0.3412
Lealtad conductual	0.3565	0.3232

Fuente: Elaboración propia

Figura 1. Modelo estructural relacional Universidades



Fuente: Elaboración propia

Resultados y discusión.

Se confirma que los niveles de confianza influyen significativamente en el incremento de la lealtad de los usuarios hacia las IES, lo cual se corrobora con los análisis empíricos que aprueban la hipótesis de los efectos moderadores de la confianza sobre la lealtad actitudinal, (**H1**: β =25,3142; p< 0,01): así como lealtad conductual (**H2**: β =17,0246; p< 0,01), esto demuestra la importancia de aumentar los niveles de confianza de las IES, ya que es la variable determinante para generar lealtad. Los resultados del modelo estructural demuestran que ante una mayor percepción de confianza, la lealtad incrementa significativamente (**H1**: β =15,1157; p< 0,01). Esto refleja la necesidad de comunicar la eficacia de sus funciones, ya que el contar con buena reputación ayuda a mantener a la institución íntegra. Concordando Selnes (1998), al afirmar que la percepción de cualidades y aspectos positivos hacia la institución fortalece la confianza, esto debido a que existe credibilidad en lo servicios brindados. Así mismo, las investigaciones de (Morgan y Hunt 1994; Ganesan, 1994; Berry, 1995; Garbarino y Johnson, 1999; Vásquez-Párraga y Alonso, 2000) reafirman la relación significativa entre la confianza y la lealtad, al igual (Morgan y

Hunt, 1994; Delgado y Munuera, 2005) en sus estudios reconocen la confianza como variable determinante para relaciones exitosas.

Conclusiones.

Para lograr la confianza en las IES, es determinante mantener generar/proporcionar experiencias positivas a los estudiantes, considerando las aportaciones de Selnes (1998) sobre identificar aspectos de confianza como la capacidad y habilidad para desarrollar adecuadamente sus funciones, el cumplimiento de obligaciones, proporcionar experiencias positivas, generar buena reputación, transparencia en los procesos y manejo de recursos, asistencia (mostrar interés y preocupación por las gestiones del estudiante) y apoyo (asesoría técnica y orientación), sin olvidar que la población estudiantil está conformada por distintos grupos sociales y culturales, con disparidad en las diferencias en niveles educativos, que en ocasiones dejan vulnerables a un gran sector de la población en cuanto a las oportunidades y necesidades de las formas o procesos que requieren para recibir o que se les otorguen los servicios. Es decir, se deben generar los escenarios para incrementar y retener la matrícula, a partir de obtener una lealtad conductual y de actitud, que se verá reflejada en el estudiante cuando éste demuestre su preferencia y reconozca en su caso; la eficacia y calidad de su gestión, expresándolo a la población, como una forma de convencimiento y recomendación.

Para finalizar, el campo del marketing de relaciones nos presenta varias líneas de investigación que requieren ser estudiadas para una mejor comprensión de sus implicaciones en cuanto 1) la racionalidad para crear, desarrollar, sostener y finalizar las relaciones, 2) identificar los procesos sobre los cuales las relaciones son establecidas, desarrolladas, mantenidas y finalizadas; y 3) las estructuras adecuadas para dirigir y gestionar estos procesos. De los cuáles se espera que ayuden a comprender cómo las IES organizan sus funciones de gestión de calidad educativa y cómo estas impactan en sus relaciones.

Referencias bibliográficas.

Aguerrondo, I. (s.f.). *La calidad de la educación: Ejes para su definición y evaluación, Consultado el 24 de abril de 2011*. Obtenido de http://www.oei.es/calidad2/aguerrondo.htm

Anderson, J. y Narus, J. (1990). A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. *Journal of marketing, 48*, pp. 42-58.

Andreasen, A. R. (2006). Social Marketing in the 21st Century, Thousan, Oaka, CA: SAG

Ayarza y González. (1997). *"Calidad, evaluación institucional y acreditación en la educación superior en la región latinoamericana y del Caribe", en La educación superior en el siglo XXI: Visión de América Latina y el Caribe.* CRESALC-UNESCO. Caracas.

Backhoff, E., Bouzas, R., Hernández, P. & García, P. (2009). *Aprendizaje y desigualdad social en México. Implicaciones de política educativa en el nivel básico.* México: INEE.

Bagozzi, R.P. (1981). Evaluating structural equations models with unobservable variables and measurement error: A comment. *Journal of Marketing Research,* 18 (3), 375-381.

Bagozzi, R.P. e Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science, 16 (1),* 74-94.

Bollen, K.A. (1989). *Structural equations with latent variables.* New York: Wiley.

Carmines, E.G. y Zeller, R.A. (1979). Reliability and Validity Assessment. *Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Sciences, Series Nos. 07-017, Sage*, Beverly Hills, CA.

Chin, W.W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modelling", en Marcoulides G. A. (ed.) Modern Methods for Business Research.* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publisher.

Chin, W.W. (2000). *Partial Least Square for researchers: An overview and presentation of recent advances using the PLS approach*. Obtenido de http: //discnt.cba.uh.edu/chin/indx.html, 2000

Delgado, E. y Munuera, J. (2005). Does brand trust matter to brand equity? *Journal of Product and Brand Management, 14(2/3),* 187-196.

Doney, P.M. y Cannon, J.P. (1997). An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing, vol. 61 (April)*, 35-51.

Espejel, J., Fandos, C., Burgos, B., y Palafox, G. (2011). Marketing Estadístico: Modelización estructural para investigaciones de mercados. En Salgado, L. y Burgos, B. (Coord.) Construyendo mejores empresas. Ensayos cortos sobre la práctica empresarial, Ed. Universidad de Sonora, México. IESB: 978-607-8158-38-6

Falk, R.F., y Miller, N.B. (1992). *A Primer for Soft Modeling.* The University of Akron Press: Akron.

Frigerio, G., Poggi, M. y Tiramonti, G. (1992). *Las instituciones educativas*. Cara y ceca. Troquel: Buenos Aires

Fornell, C. y Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18 (1)*, 39-50.

Galán, M. (2009). Después de la calidad, la innovación. *X Foro de Almagro "Los sistemas de información para la garantía de la calidad de las enseñanzas universitarias"*, octubre.

Garbarino, E. y Johnson, M.K. (1999). "The different roles of satisfaction, trust and commitment in customer relationship", *Journal of Marketing*, 63 (April), 70-87.

Gento, P. S. (3 Ed.) (2002). Instituciones educativas para la calidad total. Madrid: La Muralla, pp. 11- 42. Recuperado de https://books.google.com.mx/books?id=d4A2AhYOkFYC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Gil, H. (2006) *La evaluación, acreditación en las instituciones de educación superior públicas de México: estrategias de calidad educativa. En* V. Rosario; E. Marúm; R. Vargas; J. Arroyo y V. González (coords.). *Acreditación y certificación de la educación superior: experiencias, realidades y retos para las IES*. 423-430, México: Universidad de Guadalajara.

González, L., y Torre, G. (2007) A*creditación y fomento de la calidad. La experiencia chilena de las últimas décadas. En* C. Sanyal, y J. Tres (coords.). *La educación superior en*

el mundo 2007: Acreditación para la garantía de la calidad: ¿Qué está en juego?, 298-306, Madrid: Mundiprensa.

Grönroos, C. (1994). "Quo Vadis, Marketing? Toward a Relationship Marketing Paradigm". *Journal of Marketing Management*, (10), 347-360.

Gummerson. E, (1987). *The new marketing developing long-term interactive relationship*, Long range planning, 20 (4), 10-20

Hair, J., Bush, R. y Ortinau, D. (2009). *Investigación de mercados: En un ambiente de información digital*. México: McGraw Hill.

Johnson, M.D., Herrmann, A., y Huber, F. (2006). The evolution of loyalty intentions. *Journal of Marketing*, 70 (2), 122-132.

Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). Investigación del comportamiento. México: McGraw Hill

Lago, D., López, E., Municio, P., Ospina, R., y Vergara, G. (2013). *La Calidad de la Educación Superior. ¿Un reto o una utopía?* Bogotá: Ecoe

Long, Y. L. (2010). "La influencia de la imagen corporativa, marketing relacional, y la confianza en la intención de compra: el efecto moderador de la palabra de boca en boca". Turismo, 65 (3), 16-34, DOI: 10.1108/16605371011083503

López, S. (2001). *Globalización y educación superior en América Latina y el Caribe.* Caracas: IESALC-UNESCO.

Malhotra, N.K. (2008). *Investigación de mercados*. México: Prentice Hall.

Martínez, C. (2015). *"Concepto de gestión educativa"*. Consultado el 04 de diciembre de 2017. Recuperado de de https://www.gestiopolis.com/concepto-de-gestion-educativa-ensayo/

Moliner, M., Sánchez, J., Callarisa, L., Rodríguez, R. (2008). *La calidad de la relación; Un concepto emergente, el caso de un establecimiento co-mercial*. Cuadernos de economía y dirección de la empresa. (Diciembre) No. 37, 97-121.

Moreno, M., Sánchez, G. y Herrera, M. (2013). *Modelo de evaluación de la calidad educativa en Instituciones de Educación Superior Públicas, desde la perspectiva de la responsabilidad social universitaria,* 9-11.

Moorman, C., Zaltman, G. y Deshpande, R. (1992). *Relationship between providers and user of market research*, Journal of marketing research, Vol. 29, 314-328

Morgan, R. M. y Hunt, S. D. (1994). "The commiment, trust, theory of relationship marketing". *Journal of marketing*, Vol. 58, Julio, 20-38

Muñoz, I. (1992). *"Calidad de la educación superior en México. Diagnóstico y alternativas de solución"*. México.

Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory.* New York: McGraw Hill.

Pérez, P. J., López, R. F., Peralta, O. M. y Municio, F. P. (3 Ed.) (2004). *Hacia una educación de calidad: Gestión, instrumentos y evaluación* [Versión electrónica]. Madrid: Narcea. Recuperado de https://books.google.com.mx/books?id=161VeDeHUcIC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Questa, M. (2014). Aportes para la gestión de la imagen institucional de los centros educativos. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 5, 93-116. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=443643895007

Raimondo, M., Miceli, G. y Costabile, M. *(2008). How relationship age moderates loyalty formation: The increasing effect of relational equity on customer loyalty. Journals of Service Research, 11 (2): 142-160, DOI: 10.1177/ 094670508324678*

Ringle, C. M., Wende, S. y Becker, J. M. (2015). *SmartPLS 3*. Bönningstedt: http://www.smartpls.com

Sanz, S., Ruiz, C., y Aldás, J. (2008). La influencia de la dependencia del medio en el comercio electrónico B2C. Propuesta de un modelo integrador aplicado a la intención de compra futura en Internet. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, No. 36*, 45-76.

Schmelkes, S. (2001). La Combinación de Estrategias cuantitativas y cualitativas en la investigación Educativa. Reflexiones a partir de tres estudios. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 3 (2).

Selnes, F. (1998). Antecedents and Consequences of Trust and Satisfaction in Buyer-Seller Relationships. *European Journal of Marketing, 32 (3/4)*, 305-322.

Senado de la República (2013, julio). Dictámenes a discusión y votación LXII/1SPR-23/4256. *Gaceta de la comisión permanente*. Recuperado de http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=cp&mn=4&id=42566

Steemkamp, J-B.E.M., y Geyskens, I. (2006). How country characteristics affect the perceived value of web sites. *Journal of Marketing*, 70 (3), 36-150.

Tapia, M. (2013). "La gestión de la calidad de la educación universitaria: Desafíos y posibilidades". *Cultura, Ciencia y Tecnología*, ASDOPEN-UNMSM. No 3.

Toranzos, L. (1996). Evaluación y Calidad. *Revista Iberoamericana de Educación*. Núm. 10, enero-abril, 63-68.

Tünnermann, B. C. (2001). Universidad y Sociedad. Balance histórico y perspecticas desde América Latina. Nicaragua: Hispamer.

UNESCO. (1997). "Los sistemas de medición y evaluación de calidad de la educación"l. Laboratorio latinoamericano de evaluación de la calidad de la educación, 1-2.

UNESCO. (1999). *"Declaración mundial sobre la educación superior en el siglo XXI", Conferencia Mundial sobre la Educación Superior celebrada en noviembre de 1998, en Perfiles Educativos, 20 (*79-80).

Vásquez-Párraga, A. Z. y Alonso, S. (2000). Antecedents of customer loyalty for strategic intent. *En Marketing Theory and Applications, John P. Workman, Jr. and William D. Perrault (eds.), Chicago: American Marketing Association*, 82-83.

Vesga, J. (2013). "Cultura organizacional y sistemas de gestión de la calidad: una relación clave en la gestión de las instituciones de educación superior". *Revista Guillermo de Ockham, 11(2), 89-100*.

Vilca, M. (2010). "Elaboración del Plan de Mejora". *Oficina Central de Calidad Académica y Acreditación, OCCAA, UNMSM, Lima*.

Villa, A. (2008). La excelencia docente. *Revista de Educación,* Recuperado de http://www.revistaeducacion.mec.es/re2008_08.htm

Zaichkowsky, J.L. (1985). "Measuring the involvement construct", *Journal of Consumer Research*, 12 (4), 341-352.

Zapata, G. E. (2000). *Mercadeo educativo ¿Cómo promover la oferta de instituciones y programas?*, 1-27. Recuperado de http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MGIEMV/MarketingProgramasEV14/materiales/Unidad%201/Lec1_MercadeoEducativo%20U1_MGIEV001.pdf

FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA INDUSTRIA DEL BORDADO Y CONFECCIÓN DE UNIFORMES DEL ESTADO DE QUERÉTARO

Joas Gómez Garcia
Eduardo Daniel Montoya Macario

Resumen.

El presente proyecto de investigación, pretende estudiar a las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes en el estado de Querétaro, identificando los factores que favorecen su competitividad.

Se propone hacer un estudio de caso en tres etapas: exploratorio, inmersión y análisis; observando y entrevistando a los involucrados en la actividad de las PyMEs.

Con base en la teoría de la competitividad sistémica se busca analizar los niveles de competitividad (micro, meso, macro y meta), identificando los factores que favorecen la competitividad de las PyMEs en la industria del bordado y confección de uniformes, donde tienen que desarrollar una estrategia de competitividad para enfrentar los retos de globalización, competencia, diferenciación, ciclos de producción, innovaciones, avance de la tecnología, organización de la producción, desarrollo de productos y relaciones con proveedores. Así como identificar factores que les impiden desarrollar una estrategia de competitividad adecuada en el entorno del Estado de Querétaro.

Palabras clave. Competitividad sistémica, bordado, confección y uniformes.

Introducción.

El Estado de Querétaro ha tenido un notable desarrollo económico en los últimos años. Debido a esto diversas empresas manufactureras, de servicios y comercio, han instalado sus plantas de producción y distribución en el estado. Incluso la perspectiva esperada este 2017 es de crecimiento (Almanza, 2017). En el estado actualmente se cuenta con 22 parques industriales ya instalados y 13 en desarrollo (Querétaro, 2017); gracias a esto, han surgido

PyMEs que proporcionan insumos, dentro de ellas se ha desarrollado la industria del bordado y confección de uniformes.

En México hay una demanda de generar propuestas estratégicas integrales de competitividad debido a que se encuentra en una intensa competencia global, actualmente en el mundo se diseñan estrategias de mediano y largo plazo con el propósito de aumentar la competitividad de los territorios (Huber G., 2017).

Según Olivares A. (2014), es prioritario estudiar los factores que impulsan la competitividad de las PyMEs, porque México ha perdido competitividad en los últimos años y en consecuencia de esto ha provocado una brecha en la competencia de las empresas nacionales respecto a las extranjeras. Los factores que generan competitividad en las PyMEs varían de industria a industria, estás solo buscan una ventaja comparativa y no es suficiente para el aumento de la competitividad.

Planteamiento del problema. Las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes del Estado de Querétaro, se desarrollan en un ambiente donde hay mucha diversidad de industrias, tienen competencia de los Estados que están alrededor, el cliente es quien pone las especificaciones, no hay programas públicos dirigidos a esta industria, no hay cámaras industriales específicas para este sector y las Instituciones de Educación no tienen programas que apoyen a la preparación profesional de este sector. Resultado de lo anterior y con base en entrevistas a pequeños empresarios de la industria del bordado, se observa la necesidad de estudiar los factores que aumenten la competitividad de esta industria para beneficiarse del entorno favorable que se está desarrollando en el estado de Querétaro.

Justificación. Las PyMEs que se beneficiarán con esta investigación son las del Estado de Querétaro, sin embargo esta industria está desarrollada en todos los Estados de la República Mexicana. Se realizó una consulta en la herramienta DENUE donde se encontraron a nivel nacional 6,109 establecimientos relacionados a la industria del bordado y confección de uniformes; los estados con mayor número de unidades económicas de esta industria son: Chiapas, Ciudad de México, Guanajuato, Jalisco, México, Michoacan y Veracruz. En la tabla 1 se puede observar que el Estado de Querétaro tiene 91 empresas relacionadas con la

industria del bordado y confección de uniformes, esto representa el 1.49% del total nacional.

Hipótesis. Dado que la competitividad de las PyMEs es resultado de la interacción de diferentes niveles, entonces identificar factores de estos que inciden positivamente en las PyMEs del bordado y confección de uniformes en Querétaro fortalecerá estrategias que aumenten su competitividad.

Pregunta de investigación. ¿Cuáles son los factores que afectan positivamente la competitividad de las PyMEs en la industria del bordado y confección de uniformes del Estado de Querétaro?

Objetivo General. Determinar los factores que influyen de manera positiva, en la competitividad de las PyMEs en la industria del bordado y confección de uniformes del Estado de Querétaro.

Objetivos Particulares. Analizar la competitividad, de la industria del bordado y confección de uniformes del Estado de Querétaro con base en la teoría de la competitividad sistémica. Analizar las diferencias entre las PyMEs que se favorecen del entorno que ofrece el Estado de Querétaro, de las que no lo aprovechan, respecto a su competitividad.

Marco Teórico: Competitividad Sistémica (Esser K., 1996).

Esta teoría se basa en que las empresas forman parte de un sistema, que a su vez está dentro de otros sistemas, los llamados Niveles de competitividad (micro, meso, macro y meta). Se señala que estos niveles condicionan y modelan el desempeño de las PyMEs (Saavedra & Tapia, 2012).

La competitividad sistémica es una teoría que surgió en 1994, donde se plantea una interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional:

1. Nivel meta. En este nivel se observan la capacidad estatal del manejo de la economía y los patrones de organización. En este nivel se vuelve indispensable la disposición al dialogo de los grupos sociales, para fortalecer las ventajas nacionales de innovación y competitividad.

2. Nivel macro. Aquí podemos encontrar mercados eficientes de factores, bienes y capitales; la inestabilidad de estos perjudica la operatividad y disminuye el crecimiento de la economía. Se apoya en las políticas: fiscal, presupuestaria, monetaria y cambiaria.
3. Nivel meso: Aquí encontramos el entorno de las empresas, donde se desarrollan estrategias para guiar la actividad del estado y los empresarios. Aquí se desarrollan políticas que fortalecen la competitividad de las empresas.
4. Nivel micro. En este nivel encontramos a las empresas, que se ven enfrentadas a nuevos retos como son: globalización, muchos competidores, diferenciación, acortamiento de ciclos de producción, implantación de innovación radical, avance de la tecnología, organización de la producción, desarrollo del producto, relaciones de suministro.

En estudios de competitividad realizados en México se ha utilizado la teoría de la competitividad sistémica como herramienta de diagnóstico de la estructura de competitividad donde se desenvuelven las PyMEs; con base en esto el presente estudio apoyara a esta teoría como herramienta de identificación de los factores de competitividad. Ejemplo de estos son:

Tabla 1. Artículos relacionados al uso de la competitividad sistémica como herramienta.

Titulo	Autor	Año	Revista	Comentario
El entorno sociocultural y la competitividad en México	María Luisa Saavedra G.	2012	Panorama socioeconómico	"La PyME está inmersa en un círculo vicioso de baja productividad de la mano de obra, bajos ingresos y escasa capacidad de reinversión productiva que impide que este sector se inserte competitivamente en el proceso de globalización y cambio tecnológico…"
Competitividad sistémica y pilares de la competitividad de Corea del Sur	Ángel Licona Michel	2014	Análisis económico Núm. 77	"Para determinar la competitividad empresarial y nacional intervienen un sin número de elementos, ya que la competitividad empresarial y

				nacional están interrelacionadas entre si…”
Titulo	**Autor**	**Año**	**Revista**	**Comentario**
Elementos de competitividad sistémica de las Pequeñas y Medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano	Rene Antonio Hernández	2001	CEPAL	“El concepto de competitividad sistémica, por su parte, se caracteriza y distingue, ante todo, por reconocer que un desarrollo industrial exitoso no se logra meramente a través de una función de producción en el nivel micro…”
Diagnóstico para el desarrollo de Pluma Hidalgo, Oaxaca.	Joas Gómez García. Evelia Rojas Alarcón.	2017	Capítulo de libro	“La competitividad sistémica considera que un agente económico, además de sus atributos, está sujeto a las fuerzas del entorno, las cuales intentan crear una condición especifica desde su nivel de influencia.”
La industria textil en Moroleón: un enfoque sistémico	Lilia Moreno Ponce	2016	Tesis de maestría	“Acceder a altos niveles de competitividad y mantenerlos, no puede delimitarse a la sola acción de la empresa como un ente individual, sino que debemos considerarla como parte integrante de un sistema…”

Fuente: Elaboración propia.

Metodología.

Para esta investigación se propone realizar un estudio con enfoque cualitativo, realizando entrevistas semiestructuradas en PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes, ubicadas en el estado de Querétaro. Con un alcance descriptivo, debido a que la información obtenida del estudio, pretende explicar los factores, que influyen en la vida y muerte de las PyMEs en la industria del bordado y confección de uniformes. (Namakforoosh, 2015). El estudio se realizó en 3 etapas: exploratoria, descriptiva y explicativa.

1. Exploratorio. Esta etapa es para la familiarización con las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes del estado de Querétaro. Se utilizará el instrumento de observación, esto para identificar características externas. Esto permite obtener información útil, acerca de situaciones que las PyMEs enfrentan en el ejercicio de su actividad; adicionalmente permitirá observar las condiciones de competencia, que tiene esta industria.
2. Descripción. En esta etapa se obtendrá información acerca de las características internas de las PyMEs, utilizando el instrumento de prueba Delphos, a expertos de las empresas; en entrevistas semiestructuradas, donde las preguntas abiertas permitirán identificar características de competitividad; además se observará el ambiente interno de las PyMEs, describirá el ambiente, adquirir puntos de vista internos y fomentar vínculos con los participantes. (Sampieri R. H., 2006)
3. Explicativa. En esta etapa se analizará la información obtenida tanto literaria como los datos de las entrevistas. Se determinara la relación existente entre el acceso a mercados y la competitividad.

El ordenamiento de la información se realizará, utilizando un software que permita procesar datos, como el programa Atlas.ti Qualitative Data Analysis; este tipo de programas permite procesar información de videos, audios y texto; además ofrece herramientas para analizar los datos. (GmbH, 2002-2017).

El análisis se realizará con base en los datos ordenados en el software Atlas.ti, la observación de factores externos y discusión de los resultados, para el desarrollo de las conclusiones.

Resultados esperados.

Con base en la teoría de la competitividad sistémica, se espera identificar los factores que favorecen la competitividad de las PyMEs en la industria del bordado y confección del Estado de Querétaro.

Dentro de los factores podemos encontrar:

1. Aspectos internos como el clima laboral, la jornada de trabajo, la maquinaria, tiempo de producción, tiempo de entrega del producto, puestos de trabajo, entre otros.
2. Aspectos externos como políticas de proveedores, las políticas públicas estatales y federales, las carreteras que conectan a los estados, financiamientos, el impacto de la inflación en los insumos, integración a cámaras empresariales entre otros.

Conclusiones.

La presente investigación se ubica en la Línea de Crecimiento y Desarrollo; debido a que el conocimiento de los factores de competitividad que tienen las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes en el estado de Querétaro, permitirá contribuir con una estrategia de competitividad, que puede ser ocupada por las políticas públicas y las PyMEs en esta industria en todo el país.

Dentro de un ambiente donde tener una ventaja competitiva es más difícil de desarrollar, podemos partir de la teoría de la competitividad sistémica, para identificar los factores de competitividad de las PyMEs que logran mantenerse en el mercado. Esto puede servir para dirigir políticas públicas, establecer programas de apoyo a las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes, y sobre todo a las PyMEs que deseen replicar el éxito de otras.

Bibliografía

Almanza, L. (07 de Abril de 2017). El Financiero. Obtenido de http://www.elfinanciero.com.mx/bajio/industria-de-queretaro-mantiene-proyecciones- de-crecimiento. html

Esser K., H. W. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y política. Cepal, Num. 59, 39-52.

GmbH, S. S. (05 de Mayo de 2002-2017). Atlas.ti Qualitative Data Analysis. Obtenido de http://atlasti.com/es/

Huber G., M. A. (2017). Los índices de competitividad en México. Gestión y Política Pública, vol. XXVI, núm. 1, 167-218.

Namakforoosh, N. (2015). Metodología de la Investigación. Cidad de México: Editorial Limusa, S.A. de C.V.

Olivares A., C. J. (2014). Factores explicativos de la competitividad para las PyMEs de manufactura en el Estado de Sonora. Revista de Investigación Académica sin Frontera Año 7, Núm. 19 ISSN: 2007-8870.

Saavedra M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. Pensamiento & Gestión (33), 93-124.

Saavedra, M. L., & Tapia, B. (2012). El entorno sociocultural y la competitividad de la PyME en México. Panorama Socioeconómico, vol. 30, núm. 44, 4-24.

Sampieri R. H., F. C. (2006). Metodología de la Investigación. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana.

SOFT SYSTEM METHODOLOGY: UNA REVISIÓN A LA LITERATURA

Imelda Calderón Vidales
Mario Aguilar Fernández

Resumen.

El estudio de los sistemas en la actualidad es un tema relevante en áreas como la ingeniería, cibernética y sistemas computacionales. Esta perspectiva ha permeado en gran medida en las aplicaciones industriales, procesos operacionales e incluso en el pensamiento administrativo de diversas organizaciones. El objetivo del presente documento es realizar una revisión teórica tradicional de carácter cualitativo y descriptivo de las aplicaciones de la SSM. Los 189 artículos encontrados se caracterizaron en 3 grandes grupos donde su uso se presenta de forma recurrente y otro en estudios más actuales, donde es posible advertir su aplicación en estudios de disciplinas emergentes. El documento se estructura con los métodos, resultados y conclusiones. Para realizar el Estado del arte se adaptó la metodología propuesta por (Tranfield, Denyer, & Smart, 2003), (Iivari, Hirschheim, & Klein, 1998) y (Webster & Watson, 2002).

Palabras clave: Soft System Methodology, Perspectiva de Sistemas. Sistemas duros y blandos.

Introducción.

Contexto.

En 1950, el biólogo Ludwin von Bertalanffy propuso el estudio de los organismos como parte de un todo, entonces, un sistema es un conjunto de elementos o cosas que se interconectan y crean su propio patrón de comportamiento en un momento determinado (Meadows, 1985). La Teoría General de Sistemas (TGS) fue propuesta en el año 1968, apuntando a alejarse del método reduccionista que le antecedía (Gao & Li, 2006). Esta

nueva perspectiva parte de la idea de que la comprensión del todo sólo es posible entendiendo la interacción entre cada uno de sus elementos (Bertalanffy, 1986).

Aunque la TGS permite su aplicación en diversos campos, los elementos analizados deben cumplir ciertas características y este análisis sólo puede funcionar si los valores son constantes, lo cual no es una condición sine qua non de la realidad, por ello la importancia del desarrollo de la Metodología de los Sistemas Suaves. La Metodología de los Sistemas Viables (VMS) y la Metodología de los Sistemas Suaves (SSM), además, replantean el entendimiento de diversas situaciones problemáticas desde un enfoque no especializado e incluso valida la mirada de quien se encuentra inmerso dentro del fenómeno a analizar, sin que esto represente una amenaza sino, por el contrario, una ventaja para su comprensión.

La VMS, propuesta por Beer, parte de la idea de que tanto en organismos, máquinas y organizaciones subyacen leyes que aplican por igual al conservar su unicidad dentro de su propio ecosistema (Beer, 1959). El modelo fue probado a lo largo de 30 años y planteado para el diagnóstico y mejoramiento dentro de las organizaciones humanas.

Teoría (SSM).

La SSM propuesta por Checkland en los años 70´s, sugiere una mirada holística, donde es buscada una forma de capturar la esencia del sistema recurriendo a las nociones del observador, sus metas, proceso de generación de información o función pero se encuentra inmerso en un proceso flexible, es decir, “un enfoque de las situaciones problemáticas humanas deben ser una metodología y no una técnica cerrada”.

La SSM genera un patrón típico de actividades, aunque no lineales ni de carácter invariables, éstas suelen ser: indagar, construir modelos, discutir/debatir, definir/emprender la acción, las cuales se llevan a cabo en 7 etapas: reconocimiento de una situación problemática, expresión de la situación desde distintas percepciones, definiciones de raíz de los sistemas relevantes, creación de modelos conceptuales, encontrar variables compatibles, definir los cambios que podrían ser deseables y factibles, realización de los cambios que permitan alcanzar la mejora de la situación problemática (Checkland & Pulter, 2010).

Objetivo

El uso de la SSM para el estudio de diversos fenómenos ha ido en aumento desde que ésta fue propuesta, así como el tipo de disciplinas en las cuales es aplicada. Por ello, el interés del presente documento por generar una revisión de la literatura.

En primer lugar se mencionan los métodos utilizados para la generación de esta investigación para, posteriormente presentar el análisis de los hallazgos. Esta breve investigación tiene como finalidad detectar las brechas presentes y contrastar el uso de la teoría en la práctica, planteando la posibilidad de futuras aplicaciones de la SSM. Por ello, esta revisión decanta en una serie de comentarios finales donde se bosquejan tareas pendientes para el campo de estudio.

Métodos.

Un artículo sobre revisión de literatura debe centrarse en los conceptos y su contribución científica, además de mostrar los patrones evidenciados en los documentos revisados de manera crítica (Webster & Watson, 2002). Entonces, el estado del arte permite la construcción crítica del conocimiento (Londoño, Maldonado, & Calderón, 2014) a través de una serie estructurada de pasos.

La presente revisión de literatura es planteada en dos etapas. Para la primera etapa se determinó pertinente una adecuación a la propuesta metodológica de Tranfield, Denyer y Smart (Tranfield et al., 2003); la segunda etapa permite un contraste de las aplicaciones de la SSM, como es planteado por Livari, Hirschheim y Klein (Iivari et al., 1998) y, por último, las conclusiones sugieren implicaciones futuras de la teoría siguiendo las recomendaciones de (Webster & Watson, 2002).

La revisión, entonces, se divide en las fases siguientes:

Etapa 1:

Fase: 0 Determinar el alcance de la revisión.

Fase I: Selección de fuentes de consulta.

Fase II: Extracción de los datos.

Fase III: Síntesis de la información.

Etapa 2:

Fase IV: Contraste de las aplicaciones de la SSM.

Evolución y Conclusiones.

Los datos analizados fueron obtenidos de la plataforma Web of Science (WoS). Su utilización responde a los siguientes razonamientos: 1. Suficiencia y calidad. La plataforma ofrece un gran número y calidad en revistas indexadas sobre ciencias, ciencias sociales, artes y humanidades, incluso mayor que la de su afín Scopus (Hernández-González, Sans-Rosell, Jové-Deltell, & Reverter-Masia, 2016); 2. Bases de datos. WoS ofrece 3 bases (revistas incluidas, actualización semanal de registros, *referesh* de referencias citadas por semana); 3. Integración de herramientas de análisis bibliométrico, permitiendo la obtención de reportes de citas e indicadores esenciales sobre el desarrollo de las áreas científicas. Los parámetros de búsqueda se limitaron a los artículos redactados en lengua inglesa cuyo título integrara "Soft System Methodology", excluyendo el uso de las siglas "SSM"; pues, al probarse, éstas arrojaron resultados que no correspondían a la temática aquí planteada. El año base a partir del cual la plataforma permite la búsqueda es 1980, encontrándose el registro más antiguo del tema en el año 1984 por lo cual, la revisión comprenderá el periodo entre éste y el 2017.

Resultados.

En orden de obtener un panorama general respecto al interés en el uso de esta metodología, fue utilizado el motor de búsqueda Google, el cual, sin la aplicación de ningún filtro salvo el término de "Soft System Methodology," arrojó 594 mil entradas. Por defecto, como primer resultado remite a los artículos académicos almacenados en la plataforma "Google Académico" donde se muestran 3 millones, 900 mil trabajos, sólo en español, al modificar el idioma en el criterio de búsqueda, se ve reducido a 2 millones 700 mil. Resulta ineluctable la aplicación del término en el idioma inglés considerando el origen geográfico de la propuesta, además que los préstamos en materia lingüística podrían decantar en una traducción ambigua o deficiente, por ello, la decisión de mantener la búsqueda en el idioma original.

Acotando lo anterior, se presentan a continuación los resultados del análisis de datos obtenidos de Web of Science (WoS). De un total de 189 registros se concentran en este repositorio, en el año 1984 sólo hubo dos registros, mientras que en el año 2015 fue el periodo donde más investigaciones pueden ser rastreadas, alcanzado un pico máximo de 120, es decir, más del 60% de los *papers* totales corresponden a este año. Así, el registro histórico permite generar el siguiente reporte:

- 66 *journals* alrededor del mundo han publicado trabajos basados en la SSM.
- 13 artículos corresponden a trabajos desarrollados en colaboración con Checkland.
- 4 artículos corresponden a una retrospectiva del trabajo de Checkland.
- 20 productos académicos derivan de conferencias y *simposiums* comprendidos entre 1995-2017 en las áreas de Ciencia, Tecnología, Innovación, cibernética, sistemas y procedimiento, educación y desarrollo profesional, emprendimiento, estudios sobre PYMES, Networking y simulación.
- 1 es el resultado de las memorias de un *workshop* (2001) entorno a la práctica y teoría de los sistemas.

A excepción del EUROPEAN JOURNAL OF OPERATIONAL RESEARCH, que tiene 3 artículos indexados sobre SMM, el resto de los artículos provienen de un vasto número y singularidad de publicaciones con factor de impacto variable; algunos otros corresponden a reportes de gobiernos locales y otros que no pueden ser encuadrados en alguna clasificación por su naturaleza *sui generis*.

Se destaca que el grueso de las publicaciones proviene principalmente de EUA y países Europeos. En lo relativo a los eventos dirigidos a la difusión del uso metodológico, éstos permiten observar que países como Australia, Brasil, Indonesia, Hong Kong, Japón, Canadá, Turquía, China, India, Venezuela, han fungido como anfitriones y difusores de estas investigaciones, buscando la interacción entre pares con afinidad en la temática.

Los principales temas tratados mediante la SSM son en Teoría operacional, Cibernética, Ciencia del comportamiento y, en estudios más actuales, es posible advertir su aplicación en el campo de la innovación y en materia de emprendimiento. Por tanto, es posible

correlacionar el tipo de estudio no sólo por el contexto socio-político y económico en los países donde surgen además del creciente potencial en las regiones-sede donde se ha buscado crear interés en torno al tema.

La siguiente tabla condensa una breve clasificación sobre la recurrencia de la SSM y algunos autores que han realizado estudios formales en las temáticas mencionadas con anterioridad.

Tabla 1. Principales áreas de estudio de la SSM desde la revisión de literatura

Tema	Descripción	Aplicación de la SSM
Teoría operacional.	Generación de estrategias para mejorar el nivel de competencia desde la operación interna de una organización.	Uso práctico en contextos académicos y en sistemas estatales de salud. Planeación estratégica y herramientas para la toma de decisiones.
Autores: Lane, DC (Lane & Oliva, 1998); Oliva, R, Lehaney, B (Lehaney & Paul, 1996); Paul, RJ Connell, NAD (Connell, 2016); Ledington, P Donaldson (Ledington & Donaldson, 1997); J Winter, M(Journals, 2016), Krehener, H(The, Nov, & Kreher, 2018);Paucar-Caceres, A.; Rodriguez-Ulloa, R.(Paucar-Caceres & Rodriguez-Ulloa, 2007); Kotiadis, Tako, A. A.(Kotiadis et al., 2013).		
Ciencias del Comportamiento.	Estudio del comportamiento humano considerando factores internos y externos que puedan afectar su desempeño dentro de una organización.	Herramienta de investigación y comparación de eventos históricos y contraste entre propuesta teóricas. Análisis del desempeño y procesos emancipatorios. Aplicación en la administración de empresas familiares y centros escolares. Diseño de un juego para computadora.
Autores: Rose, J. (Rose, 1997); Bergvall (Bergvall-Kåreborn, 2002); Packham, RG Taylor, Mingers (Mingers & Taylor, 1992); Baskett (M.J, M, G.D., & S.J, 2007).		
Cibernética.	Estudio de los sistemas de comunicación.	Apoyo en la toma de decisiones en temas referentes a la escasez de agua, información geográfica y negociación.

Tema	Descripción	Aplicación de la SSM
		Modelación conceptual de un centro de defensa cibernético y de un museo virtual comunitario.
Autores: Kinloch Peter ; Francis, Hulya; Francis, Michael; Taylor, Mark (Simonette et al., 2008); Spyridopoulos, Theodoros; Tryfonas, Theo, May, John (Craig, Spyridopoulos, Tryfonas, & May, 2014); May, John Razali, Suriyati; Noor, Nor Laila Md; Adnan, Wan Adilah Wan (Razali, Noor, & Adnan, 2010).		
Innovación y Emprendimiento.	Procesos para la creación de valor con base en procesos innovativos.	Análisis de un Clúster industrial basándose en la perspectiva de la ciencia del servicio. Reconstrucción de las políticas educativas, mejores prácticas en el liderazgo creativo e innovativo. Medición del desempeño en las nuevas ideas de negocio.
Autores: Novani, Santi; Putro, Utomo Sarjono (Novani, Putro, & Hermawan, 2014); Soemartono, Triyuni (Soemartono, 2014); Muttaqin, Ginanjar Fahrul (Muttaqin, 2014).		

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la base de datos Web of Science (2017).

Las aplicaciones de la SSM son incontables, como herramienta, su integración a los procesos en fases de conceptualización y validación se muestra como una aplicación práctica y factible (Razali et al., 2010). Aún más, su flexibilidad, alienta a la experimentación de metodologías combinadas para subsanar algunas debilidades de sus debilidades, tal como lo plantea Muttaqin en las conclusiones de su trabajo sobre la medición en el rendimiento utilizando la perspectiva de la SSM y Fuzzy System (Muttaqin, 2014).

Entonces, la revisión a los textos deriva en la posibilidad de encontrar áreas en las cuales aún no se han realizado estudios, es decir, áreas grises sobre las cuales podrían desarrollarse

investigaciones futuras. En campos abordados mayormente desde lo económico, como es el caso de las Industrias Creativas, podría ser una herramienta que dilucide de forma creativa la volatilidad y carácter caótico inherentes a estas industrias y, a partir de ello, potencializarlas, tal como lo demuestra el caso del desarrollo de juegos de video (M.J et al., 2007). Es decir, conforme aumente el interés en el campo de la investigación teórica, podrá alentarse su uso en terrenos prácticos, como lo demuestran ya los estudios que corresponden al sector sanitario (Kotiadis et al., 2013) y de búsqueda de elementos de transformación en *clústers* industriales (Novani et al., 2014) .

Con respecto a su adaptabilidad, a continuación se presenta un análisis de la evolución de las aplicaciones de la SSM y su creciente integración en disciplinas y prácticas emergentes. De igual forma, de este ejercicio, se vislumbra el aumento en el interés y el tipo de prácticas futuras en las cuales podría verse implicado este encuadre metodológico.

Tabla 2. Evolución en el tipo de aplicaciones de la SSM

Evolución de las aplicaciones de la SSM	
Año	Aplicaciones
1984	Procesos operacionales
1986	Sistemas informáticos, economía política
1987	Administración y extensión agrícola
1991	Trabajo colaborativo
1992	Investigación de mercado Investigación de mercado
1993	Administración y procesamiento de la información
1994	Simulación para servicios ambulatorios en el sector salud
1995	Planificación urbana. Administración industrial
1996	Psicología
1997	Sustentabilidad, organizaciones, ergonomía, ciencias sociales, ciencias conductuales

1999	Metodologías para la administración y manejo de tecnologías emergentes
2000	Gestión ambiental, manejo de datos digitales en librerías, análisis tecnológico y administración estratégica, Economía Horticultural
2004	Tecnologías de control
2006	Estadísticas computacionales, políticas de uso de suelo, integración tecnológica desde la interdisciplinariedad, soft computing
2008	Política para la medición del sector del agua, Hospitalidad y educación turística
2009	Toma de decisiones. Seguridad de la información
2010	Administración en la cadena de suministros en negocios agroalimentarios
2014	Experiencia del usuario, Política de salud mental, emprendimiento y PYMES
2015	Métodos cualitativos para el análisis de la industria azucarera, cultura organizacional
2016	Herramienta de apoyo en proyecto piloto de interacción humano-robot
2017	Aproximación metodológica para un Banco del Tiempo, Valores éticos, Desarrollo profesional, educación multidimensional, Educación de la enfermería, Fugas de memoria en software de sistemas embebidos en tiempo real

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la base de datos Web of Science (2017).

Conclusiones

Aunque los resultados aquí mostrados sólo representan un porcentaje de la totalidad de los estudios sobre la SSM, es notable el incremento en la cantidad de trabajos que han surgido pasada la primera década desde su propuesta inicial. Incluso, el replanteamiento de ciertas situaciones problemáticas desde esta mirada metodológica sugeriría nuevos y enriquecedores enfoques para su entendimiento y mejora.

Una revisión de los datos obtenidos refleja que la aplicación de la SSM posibilita el desarrollo de habilidades de liderazgo, más allá, múltiples estudios demuestran su utilidad como una herramienta que permite la apreciación y entendimiento de diversas situaciones en el mundo real. Para potencializar sus alcances resulta indiscutible que, en entornos de aprendizaje, sean requeridas oportunidades de retroalimentación con quienes hayan llevado a la práctica las propuestas de mejora obtenidas a partir de la utilización de la SSM.

Ante el alentador panorama respecto al crecimiento en el interés de integrar la SSM para el abordaje de diversos fenómenos, también deberán proponerse nuevos espacios de discusión, tanto para la divulgación de hallazgos como para su discusión crítica. Entonces, el trabajo de investigación, también buscará franquear barreras e integrar estrategias para vincular a nuevos actores para su mejor desempeño.

Por último, de la misma manera, se sugiere un monitoreo que permita la actualización de las experiencias y escenarios construidos con ayuda de la SSM de tal forma que, su conocimiento sea difundido y otros abordajes metodológicos puedan ser integrados. Si bien ésta es una labor en construcción, investigadores la vislumbran ya como una técnica para ayudar al desarrollo de los países, lo cual se refuerza con este ejercicio de análisis, donde se demuestra como la SSM ha logrado permear contextos interdisciplinarios y permitido la interacción entre agentes en diversas dimensiones a nivel global.

Referencias

Beer, S. (1959). *Cybernetics and management*. *Decision and Control: The Meaning of Operational Research and Management Cybernetics* (Vol. 1).

Bergvall-Kåreborn, B. (2002). Enriching the Model-Building Phase of Soft Systems Methodology. *Systems Research and Behavioral Science*, *19*(1), 27–48. https://doi.org/10.1002/sres.416

Bertalanffy, L. Von. (1986). Teoria General de los Sistema, *1*, 336.

Checkland, & Pulter. (2010). *Soft System Methodology. Método radical para integrar actividades organizativas*. Milrazones.

Connell, A. N. A. D. (2016). Evaluating Soft OR□: Some Reflections on an Apparently â€™ Unsuccessful â€™ Implementation Using a Soft Systems Methodology (SSM) Based Approach Author (s): N . A . D . Connell Published by□: Palgrave Macmillan Journals on behalf of the Operational Resear, *52*(2), 150–160.

Craig, R., Spyridopoulos, T., Tryfonas, T., & May, J. (2014). Soft systems methodology in net-centric cyber defence system development. *2014 IEEE International Conference on Systems, Man, and Cybernetics*, (section II), 672–677. https://doi.org/10.1109/SMC.2014.6973986

Gao, F., & Li, M. (2006). *SYSTEMS THINKING: Creative Holism for Managers. International Journal of General Systems* (Vol. 35). https://doi.org/10.1002/sres

Hernández-González, V., Sans-Rosell, N., Jové-Deltell, M. C., & Reverter-Masia, J. (2016). Comparación entre Web of Science y Scopus, Estudio Bibliométrico de las Revistas de Anatomía y Morfología. *International Journal of Morphology*, *34*(4), 1369–1377. https://doi.org/10.4067/S0717-95022016000400032

Iivari, J., Hirschheim, R. a, & Klein, H. K. (1998). Information Systems Development Approaches and Methodologies. *Information Systems Research*, *9*(1991), 164–193. https://doi.org/10.1287/isre.9.2.164

Journals, P. M. (2016). Linked references are available on JSTOR for this article□: Problem structuring in project management□: an application of soft systems methodology (SSM), *57*(7), 802–812.

Kotiadis, K., Tako, A. A., Rouwette, E. A. J. A., Vasilakis, C., Brennan, J., Gandhi, P., … Webb, P. (2013). Using a model of the performance measures in Soft Systems Methodology (SSM) to take action: a case study in health care. *Journal of the Operational Research Society*, *64*(1), 125–137. https://doi.org/10.1057/jors.2012.21

Lane, D. C., & Oliva, R. (1998). The greater whole□: Towards a synthesis of system dynamics and soft systems methodology On a Resurgence of Management Simulations and Games *. *System Dynamics Review*, *2217*(97).

Ledington, P., & Donaldson, J. (1997). Soft OR and management practice: a study of the adoption and use of Soft Systems Methodology. *The Journal of the Operational Research Society*, *48*(3), 229–240. https://doi.org/10.1057/palgrave.jors.2600350

Lehaney, B., & Paul, R. J. (1996). The use of soft systems methodology in the development of a simulation of out-patient services at Watford General Hospital. *Journal of the Operational Research Society*, *47*(7), 864–870. Retrieved from http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-0030194004&partnerID=40&md5=143f7b49ad3466dd0b0d12b63e7d34cb

Londoño, O. L., Maldonado, L. F., & Calderón, L. C. (2014). Guía para construir estados del arte. *International Corporation of Networks of Knowledge*, 1–39. https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2012/1).107.10

M.J, T., M, B., G.D., H., & S.J, W. (2007). Using SSM for Computer Game Design. *Systems Reseach and Behavorial Science*. https://doi.org/10.1002/sres.805

Meadows, D. (1985). *Thinking in systems*.

Mingers, J., & Taylor, S. (1992). The Use of Soft Systems Methodology in Practice. *Journal of the Operational Research Society*, *43*(4), 321–332. https://doi.org/10.1057/jors.1992.47

Muttaqin, G. F. (2014). Performance Measurement using Fuzzy System Perspective and Soft System Methodology, (November), 24–27.

Novani, S., Putro, U. S., & Hermawan, P. (2014). An Application of Soft System Methodology in Batik Industrial Cluster Solo by Using Service System Science Perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *115*(Iicies 2013), 324–331. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.439

Paucar-Caceres, A., & Rodriguez-Ulloa, R. (2007). An application of Soft Systems Dynamics Methodology (SSDM). *Journal of the Operational Research Society*, *58*(6), 701–713. https://doi.org/10.1057/palgrave.jors.2602188

Razali, S., Noor, N. L. M., & Adnan, W. A. W. (2010). Applying Soft System Methodology (SSM) into the design science: Conceptual modeling of community based E-museum (ComE) framework. *Conference Proceedings - IEEE International Conference on Systems, Man and Cybernetics*, 2701–2707. https://doi.org/10.1109/ICSMC.2010.5641692

Rose, J. (1997). Soft systems methodology as a social science research tool. *Systems Research and Behavioral Science*, *14*(4), 249–258. https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1743(199707/08)14:4<249::AID-SRES119>3.0.CO;2-S

Simonette, M. J., Rodrigues, A. M. D. A., Seno, W. P., Plínio Franco Thomaz, Navarro, F. J. K. G., Martinelli, D. P., … Hardman, J. (2008). Efetividade Do Processo De Comunicação Com Base Na Teoria Do Comportamento Informacional: O Caso De Um Organismo Internacional Da Área Da Saúde Pública Sediado No Brasil. *Systems Research and Behavioral Science*, *8*(3), 27–42. https://doi.org/10.1002/sres

Soemartono, T. (2014). Reconstruction of Education Policy in Jembrana Bali, Best Practices of Creative and Innovative Leadership Using Soft Systems Methodology based Action Research. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *115*(Iicies 2013), 269–282. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.435

The, S., Nov, N., & Kreher, H. (2018). Some Recurring Themes in Using Soft Systems Methodology Author (s): Harald Kreher Published by□: Palgrave Macmillan Journals on behalf of the Operational Research Society Stable URL□: http://www.jstor.org/stable/2583857 Some Recurring Themes in Using So, *45*(11), 1293–1303.

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, *14*(3), 207–222. https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375

Webster, J., & Watson, R. (2002). ANALYZING THE PAST TO PREPARE FOR THE FUTURE: WRITING A LITERATURE REVIEW Analyzing the past to prepare for the. *Management Information Systems Quarterly*, *26*(2). https://doi.org/10.1.1.104.6570

CAPÍTULO III

EMPRENDEDORES Y DESARROLLO SUSTENTABLE REGIONAL

CONTENIDO

La administración y el manejo de las áreas naturales protegidas en la región de los valles centrales de Oaxaca. (ITO)

Horizontes que guían el desarrollo sostenible en el municipio de San José Independencia, Tuxtepec, Oaxaca. México. (UABJO-FCA)

El huerto familiar como alternativa de seguridad alimentaria y de desarrollo sustentable. Estudio de caso, villa de Zaachila Oaxaca. (ITO)

La competitividad en la industria de la cerveza artesanal y su incidencia en la generación de empleos en el estado de Oaxaca. (ITO)

Análisis costo-beneficio de la cadena forestal: el caso la empresa forestal maderable en Oaxaca. (ITVO)

Los atractivos turísticos del municipio de Tlacolula de Matamoros, Oaxaca y su relación con el patrimonio biocultural. (ITO)

LA ADMINISTRACIÓN Y EL MANEJO DE LAS AREAS NATURALES PROTEGIDAS EN LA REGIÓN DE LOS VALLES CENTRALES DE OAXACA

Erika Sebastian Luis

Resumen

Las Áreas Naturales Protegidas (ANP) son una fracción terrestre o marítima del territorio, donde se localizan diversos ecosistemas que su ambiente original no ha sido alterado, produciendo así beneficios ecológicos. Para su manejo se han creado instrumentos de planeación y regulación, así como principios básicos para la operación y administración de estas ANP. El Programa de Manejo cumple esta función porque constituye el instrumento rector de planeación. El objetivo de esta investigación fue realizar un análisis del Programa de Manejo relativo a las Áreas Naturales Protegidas del Parque Nacional Benito Juárez y el Monumento Natural Yagul localizados en los Valles centrales de Oaxaca, para conocer las limitantes que existen en el manejo y conservación de estas áreas, en tal análisis fue importante el uso de la herramienta FODA centrado en los factores internos y externos. La investigación se orienta bajo un enfoque cualitativo y el diseño de tipo etnográfico, se llevó a cabo la revisión de material bibliográfico y enseguida la recolección y sistematización de la información obtenida de las entrevistas. Se consideraron las categorías de protección, restauración, conocimiento, cultura y gestión que en su conjunto integran el sistema de administración del Programa de Manejo del Parque Nacional Benito Juárez y del Monumento Natural Yagul; estas categorías nos permitieron evaluar e interpretar detalladamente los datos obtenidos. Los resultados mostraron algunas limitantes como el presupuesto insuficiente, la carencia de infraestructura y no contar con personal suficiente, por tanto, el cumplimiento de los objetivos señalados para el manejo y conservación de las Áreas Naturales Protegidas no se logran concretar en su totalidad.

Palabras clave: Áreas Naturales Protegidas, Programa de Manejo.

Introducción

Planteamiento del problema. Durante las últimas décadas a nivel global existe una preocupación acerca del creciente deterioro ambiental, específicamente sobre el calentamiento global que es la manifestación más evidente del cambio climático, provocado por un lado por la quema de combustibles fósiles en los procesos industriales y por el otro por la pérdida de bosques y vegetación en regiones muy amplias del planeta (CONAFOR, 2013)

Esta preocupación ha dado origen a convenios de colaboración internacional para la protección y aprovechamiento de los recursos naturales, como la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el cambio Climático, (CMNUCC) y el Protocolo de Kioto de los cuales México forma parte.

Para el Gobierno mexicano, la conservación, manejo y restauración de los ecosistemas forestales, así como los servicios ambientales que ofrecen, resultan de vital importancia frente a los retos que impone el cambio climático, desarrollando políticas públicas para el manejo sustentable de los ecosistemas.

Es por ello que para salvaguardar los recursos naturales, se desarrollan políticas públicas para el manejo sustentable de los ecosistemas; se crean instrumentos de planeación como lo establece el Reglamento de la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Medio Ambiente en materia de Áreas Naturales Protegidas que las ANP deben contar con su Programa de Manejo, instrumento rector de planeación y regulación para las actividades y acciones que se emprendan, además establece principios básicos para la operación y administración de estas áreas. El Programa de Manejo se constituye de ejes temáticos de tipo social, económico, ecológico y un marco legal, con la finalidad de generar estrategias para la conservación de los ecosistemas y su biodiversidad, asimismo como la toma de decisiones, acciones y actividades a corto, mediano y a largo plazo a fin de conservar el área protegida. A pesar de los esfuerzos cada vez es más latente la pérdida de los recursos naturales que se encuentran estas áreas. Específicamente en el Parque Nacional Benito

Juárez y en el Monumento Natural Yagul se detectaron causas que ponen en riesgo el manejo y conservación de estas áreas.

EL *Objetivo general* es realizar un análisis del Programa de Manejo relativo a las Áreas Naturales Protegidas del Parque Nacional Benito Juárez y el Monumento Natural Yagul localizados en los Valles centrales de Oaxaca, para conocer las limitantes que existen en el manejo y conservación de estas áreas.

Marco Teórico

La Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) es la responsable de la conservación del patrimonio natural de México y de los procesos ecológicos en las ANP, también la encargada de impulsar y fortalecer iniciativas para la conservación y el manejo sustentable de la biodiversidad.

Para la planeación a corto plazo, se encuentra el Programa Operativo Anual, como el instrumento con el que se trazan las metas y objetivos a alcanzar en el periodo de un año, lo que permite ejercer el seguimiento y evaluación de las acciones, constituyendo así la base para la administración de las Áreas Naturales Protegidas. La Dirección de Evaluación y Seguimiento (DES) es la encargada de elaborar los formatos para dicho programa y el llenado de los formatos lo realizan quienes conforman la Unidad Administrativa adscrita a la CONANP, ya que son los que tienen la información del manejo del Parque Nacional Benito Juárez y el Monumento Natural Yagul.

Hasta este punto se hace necesario resaltar que la administración es la base de todo proceso organizativo, y que es aplicable a instituciones públicas y privadas, las cuales tienen en común objetivos, que varían de acuerdo a su perfil. Los teóricos de la Administración como Stoner et al., (1996); Freeman et al., (1996) y Gilbert et al., (1996) afirman que “sin objetivos no habrá razón para que exista una organización”, y que por tanto se contará con un programa o método para alcanzar dichos objetivos, de lo contrario no se podrá ser muy eficaz. Para ello las organizaciones se apoyan de los administradores que les asesoren para cumplir con los objetivos, los administradores tienen un compromiso de crear un ambiente,

donde, se fortalezca el trabajo en equipo, que permitirá fijar y lograr las metas que la organización se haya planteado. La Administración como el "proceso cuyo objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad" (Münch, 2004) consta de etapas como la planeación, la organización, la dirección y el control; mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral. Esta estructura formal permite la utilización equilibrada de los recursos, humanos, financieros, materiales y técnicos.

Para la administración la herramienta FODA, es un instrumento viable para realizar análisis, porque nos permite identificar factores que determinan si se están cumpliendo los objetivos, el análisis FODA consiste en desarrollar una evaluación de los factores fuertes y débiles que diagnostican la situación interna, pero que al mismo tiempo determina una evaluación externa basada en las oportunidades y amenazas. Thompson y Strickland (1998) define el análisis FODA como "una herramienta para obtener una rápida visión general de la situación estratégica que consiste en evaluar los puntos fuertes y débiles internos de una compañía y sus oportunidades y amenazas externas".

Esta investigación se centra en el Parque Nacional Benito Juárez que fue decretado Área Natural Protegida el 30 de diciembre de 1937, publicado en el Diario Oficial de la Federación. Este decreto establece que esta área se localiza en los municipios de Oaxaca de Juárez, San Andrés Huayapam y Tlalixtac de Cabrera en el estado de Oaxaca, representando una superficie de 2 mil 591-51-56.59 hectáreas (SEMARNAT, 2014 y CONANP, 2014). Y el 24 de mayo de 1999 el Monumento Natural Yagul fue declarado Área Natural Protegida en la categoría de Monumento Natural, que abraca una superficie de 1076-06-38.6 hectáreas (mil setenta y seis hectáreas, seis áreas, treinta y ocho puntos seis centiáreas) de acuerdo a datos de (SEMARNAT, 2013 y CONANP,2013).

Ahora bien, al revisar los criterios que se tienen que tomar en cuenta para la elaboración del Programa Operativo Anual, existe uno que indica la elaboración de un diagnóstico de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, siendo éste sobre el que recae el interés de esta investigación.

Metodología

El desarrollo de esta investigación se apoya de fundamentos epistemológicos que sustentan el tema elegido. Por las características de la investigación, se orienta bajo un enfoque cualitativo ya que la ruta metodológica se relaciona más con explorar y describir la información obtenida.

El diseño de la investigación es de tipo etnográfico, que constituye la descripción y el análisis de un campo especifico que en este caso corresponde a la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP).

El desarrollo de esta investigación consta de dos fases: la primera correspondió al trabajo de gabinete y la segunda al de campo. El trabajo de gabinete se basa en la revisión de material bibliográfico, del Programa de Manejo y la revisión de material audiovisual que arrojaron datos importantes para el análisis.; el trabajo de campo, consistió en acudir a la CONANP a recolectar los datos, utilizando la entrevista semiestructurada, que se basa en una guía de preguntas establecidas con la flexibilidad de realizar preguntas adicionales.

La Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), es la institución encargada del manejo de las Áreas Naturales Protegidas (ANP), cumple con la conveniencia y la accesibilidad porque ahí se encuentran las personas, casos y situaciones para llevar a cabo la recolección de datos.

Para determinar el número de muestra se consideraron tres factores importantes que establece Hernández et al. (2006); Fernández et al. (2006) y Baptista et al. (2006): 1) “capacidad operativa de recolección y análisis”, se toma en cuenta a quienes conforman el equipo de la administración del Parque Nacional Benito Juárez y del Monumento Natural Yagul y al director del área. 2)”el entendimiento del fenómeno” se entrevistó a las personas que correspondían hasta llegar a la saturación de categorías y 3) “la naturaleza del fenómeno bajo análisis” se eligió a las personas que nos podrán proporcionar información inmediata de la administración de las Áreas Naturales Protegidas, los que tienen los datos reales del Programa de Manejo.

Así pues, la muestra final es de ocho participantes, quienes interactúan directamente con el Programa de Manejo y que por ende son las personas que conocen de la administración de las ANP. Es importante mencionar que la investigación cualitativa es flexible en cuanto a la posibilidad de amplificar el número de participantes si se requiere de más información. Los criterios a considerar para determinar la muestra según Ispizúa y José (1989) fueron los siguientes:

a) Facilidad de acceso a la información y a los núcleos de acción social;

b) Existencia de contextos y personas que presenten mayorriqueza de contenido, y

c) Disposición de las personas a comunicar lo que saben.}

De acuerdo a las características del tema se determinó la utilización de la muestra dirigida a expertos en combinación con las muestras de casos sumamente importantes para el problema analizado, se determinan estas muestras porque las personas que conforman la unidad de análisis son las que están en contacto directo y tienen la experiencia del manejo de las ANP, por consiguiente, son ellos quienes nos otorgaran la información precisa.

La entrevista semiestructurada fue otra de las herramientas útiles para obtener información, ya que permitió agregar preguntas que en un momento no se tenían contempladas en el cuestionario, la tipología de las preguntas fueron generales, de ejemplificación y de contraste, se entrevistó a cada uno de los integrantes que constituyen el equipo de apoyo de la administración de las áreas naturales protegidas a los cuales también se les explicó de que se trata el estudio, obteniendo con esto la experiencia y opiniones detalladas de cada uno. Así mismo la observación directa fue una herramienta importante para obtener información.

Resultados

Como punto de partida se definieron las siguientes categorías: protección, restauración, conocimiento, cultura y gestión, porque en su conjunto integran el sistema de administración del Programa de Manejo del Parque Nacional Benito Juárez y del

Monumento Natural Yagul. Estas categorías nos permitieron evaluar e interpretar detalladamente los datos obtenidos.

De acuerdo a (Medianero Burga, 2010) el análisis FODA nos permite identificar y evaluar los factores positivos y negativos del ambiente interno y externo de la organización. Bajo esta modalidad realizamos nuestro análisis. Primero: identificamos las variables del ambiente interno (fortalezas y debilidades), de acuerdo a las categorías que corresponden a las actividades programadas en un año, como lo señala el Programa Operativo Anual. Segundo: identificamos variables del ambiente externo (oportunidades y amenazas), tomando en cuenta los factores económicos, político - legales, tecnológicos, socioculturales y demográficos; de acuerdo a la información obtenida en las entrevistas.

Tabla 1. Análisis FODA como herramienta metodológica

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Se elabora un programa de combate de incendios.	**O1.** Permite contrarrestar el deterioro ambiental
F2. Existen esquemas de aprovechamiento de la leña, su uso eficiente en la producción de tortillas y la comercialización de estas.	**O2.** Se han financiado proyectos orientados a hacer más eficiente el uso de la leña.
F3. Existen varios ecosistemas que albergan una cantidad importante de especies de flora y fauna, así como la captación de aguas para la ciudad de Oaxaca.	**O3.** Estos sitios corresponden a zonas de restauración en las que se desarrollan diversas actividades.
F4. El Monumento Natural Yagul aún se preservan valores de biodiversidad, así como su estado actual de conservación permite diseñar medidas de manejo y protección.	**O4.** Promover la importancia del monumento natural, permite la participación de investigadores en estas áreas de conocimiento.
F5. Se contribuye a la instrumentación de la Estrategia Nacional para el Fomento de la Cultura de la Conservación en Áreas Naturales Protegidas, mediante la difusión	**O5.** Es necesario diseñar e instrumentar una campaña de sensibilización y educación ambiental que permita generar mayor conciencia en materia de conservación y preservación del sitio.
	O6. Tener una relación más estrecha con el sector social local y los usuarios. Puede ser un coadyuvante esencial en materia de educación ambiental, capacitación y

de los valores del Monumento Natural Yagul, la formalización de estrategias de educación para la conservación y la apertura de espacios de participación de los actores locales y usuarios del ANP. **F6.** Se cuenta con un equipo interdisciplinario de personal capacitado para el manejo del monumento.	concertación comunitaria e interinstitucional.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
D1. Los incendios no pueden ser controlados del todo. **D2.** Se carece de un diagnóstico preciso sobre la situación que guarda este tipo de actividades. **D3.** Debido a la intensidad de las actividades agropecuarias y extractivas, algunas zonas presentan signos de severa perturbación de la vegetación original. **D4.** El conocimiento sobre los recursos naturales del Monumento Natural Yagul es limitado. **D5.** La falta de información sobre la importancia ambiental y cultural del Monumento Natural Yagul por parte de los usuarios y de la población local, deriva en la realización de actividades que generan un impacto ambiental negativo. **D6.** Existe necesidad de asegurar la infraestructura para la operación y manejo del Monumento Natural Yagul.	**A1.** Los incendios forestales son latentes. **A2.** Extracción clandestina de leña para uso comercial, tanto por parte de los pobladores como de las personas ajenas a la comunidad. **A3.** Debido a la propagación de plagas relacionadas al manejo de los recursos forestales pueden ser amenazas para la biodiversidad. **A4.** Se desconoce la importancia del monumento natural en la población local y los visitantes. **A5.** La carencia de elementos de sensibilización y difusión de los valores del Monumento Natural Yagul ha propiciado su degradación, limitando el interés de los propietarios y autoridades para su manejo, conservación y rescate como un símbolo de su identidad. **A6.** No se cuenta con los recursos tanto de infraestructura como de personal para llevar a cabo todas las acciones planeadas.

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de las entrevistas y del Programa de Manejo

Conclusiones

Las acciones y actividades del Programa Operativo Anual como instrumento de planeación a corto plazo, resultan ser parcialmente eficientes y eficaces, esto se debe a que los factores económicos y de infraestructura son las debilidades más significativas, pues de éstos dependen en gran medida el desarrollo y la concreción de las acciones programadas y, por lo tanto, el alcance de los objetivos que en algunas ocasiones se ven truncados por la falta de presupuesto.

El Programa de Manejo además de ser el instrumento rector para la administración de las ANP, representa una oportunidad para que las comunidades tomen conciencia de la importancia de los recursos naturales con los que cuentan y se involucren en la planeación y ejecución de las acciones para el manejo y conservación de las Áreas Naturales Protegidas (Entrevistas, 2017).

El crecimiento de la mancha urbana hacia los límites de las áreas de conservación es un fenómeno que no depende directamente de la Comisión Nacional de las Áreas Naturales Protegidas y representa una de las amenazas más grandes.

De este modo se reafirma que, al no seguir una metodología en la realización del análisis FODA, existen mayores probabilidades de no considerar aspectos importantes que repercuten en el desarrollo de las acciones programadas y del cumplimiento de los objetivos, por ello resulta importante el conocimiento y aplicación metodológica de la herramienta FODA.

Bibliografía

CEPAL. (abril de 2015). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimmiento y la evaluación de proyectos y programas.* Obtenido de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf

CONAFOR. (2013). Bosques, cambio climático y REDD+ en México. *Bosques, cambio climático y REDD+ en México Guía básica*. Zapopan, Jalisco, México.

CONANP. (agosto de 2016). *www.conanp.gob.mx*. Recuperado el 2017 de febrero de 23, de http://www.gob.mx/conanp/acciones-y-programas/areas-naturales-protegidas-decretadas

Hernández , R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación.* México: Cuarta edición. McGraw-Hill. Interamericana.

Medianero Burga, D. (2010). Metodología de planeamiento estratégico en el sector público: Conceptos esenciales. *Modena 129* , 58.

Münch, L. (2004). *Fundamentos de Administración.* México: 5a. ed. Trillas.

RANP. (30 de noviembre de 2000). *Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Áreas Naturales Protegidas.* Obtenido de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LGEEPA_ANP.pdf

SEMARNAT, CONANP. (2014). *Programa de Manejo Parque Nacional Benito Juárez.* México: Secretaría de medio ambiente y recursos naturales.

Stoner, J. A., Freeman, E. R., & Gilbert, D. R. (1996). *Administración.* Estado de México: Sexta edición. Pretince Hall Hispanoamericano, S.A.

Thompson, A. A., & Strickland III, J. A. (1998). *Dirección y administración Estratégica.* México: McGraw-Hill, Interamericanaeditores S.A. de C.V.

HORIZONTES QUE GUÍAN EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE SAN JOSÉ INDEPENDENCIA, TUXTEPEC, OAXACA. MÉXICO

Rosendo Martínez-Jiménez
Guillermo Trejo Carbajal

Resumen.

El presente trabajo de investigación se presenta con el propósito de dar a conocer los resultados de investigación de un trabajo de campo, realizado por un grupo de investigadores de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca, al municipio de San José Independencia, jurisdicción de Tuxtepec, Oaxaca, México, el objetivo fundamental de esta investigación, es identificar los horizontes, que guían el desarrollo sostenible en el municipio de San José Independencia, logrando el diseño de una propuesta de plan municipal, localidad de subdesarrollo y marginación del Estado de Oaxaca, la metodología aplicada es de tipo inductivo-cualitativo, y la planeación estratégica, dónde todos los actores sociales participaron en la propuesta de estrategia de políticas públicas, como resultado se obtuvo la autorización del **Comité Estatal de Planeación, para el Desarrollo de Oaxaca (**COPLADE), para la impresión del plan de desarrollo municipal 2017 - 2018. El cuál ya está en funcionamiento.

Palabras clave: Horizontes, desarrollo sostenible, gobierno local, sistemas de gestión.

Introducción

El proyecto de investigación, inicia con la firma de convenio celebrado entre las autoridades municipales del municipio de San José Independencia., y el Rector de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca, para que, a través de la Agencia de Desarrollo Integral, se llevarán a efecto diversos proyectos, culminando con un plan de desarrollo municipal para el periodo 2017-2018.

De acuerdo a la investigación realizada, integrantes del cuerpo académico “Emprendedores”, con clave UABJO-CA-46, tomaron la decisión de elaborar un artículo relacionado con los horizontes, que guían el desarrollo sostenible del municipio, y proponer diversas alternativas de mejora a través de pilares fundamentales del desarrollo sostenible.

La investigación fue desarrollada en dos fases fundamentales:

1. Recopilación de datos, relacionados con los temas del desarrollo sostenible con fuentes de información secundaria, tomando en consideración diversos criterios y puntos de vista de autores expertos, que han practicado diversas investigaciones sobre esta materia.
2. Visita al campo de los hechos, efectuada en la jurisdicción municipal de San José Independencia, en el mes de febrero de 2016, dónde se desarrollaron sesiones de trabajo, con los integrantes del cabildo municipal, aplicación de entrevistas a la autoridad de la cabecera municipal y a diversos agentes de policía.

De conformidad con las entrevistas individuales, dirigida en el campo del trabajo se practicó un análisis, clasificación, codificación y comparación de los datos obtenidos, para verificar la confirmación o rechazo de la hipótesis, así como la emisión de las conclusiones.

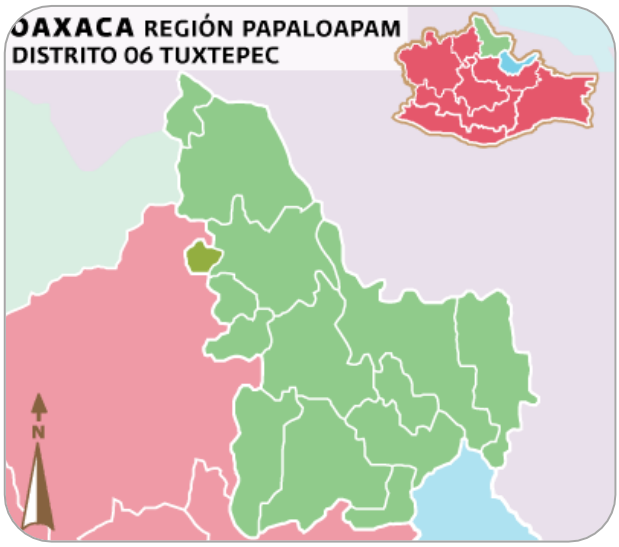
Marco Teórico

San José Independencia, se localiza en la Región del Papaloapan, al norte del Estado, en las coordenadas 96°38'45'‘, longitud oeste y 18°14'21" latitud norte, a una altura de 79 msnm, (metros sobre el nivel del mar).

Limita al norte, con el municipio de Acatlán de Pérez Figueroa, al sur con San Pedro Ixcatlán, al poniente con los municipios de San José Tenango, y Santa María Chilchotla, al oriente con el municipio de Nuevo Soyaltepec.

Extensión: el municipio, cuenta con una superficie de 58.75 km^2, en relación al Estado, representa el 0.0616%.

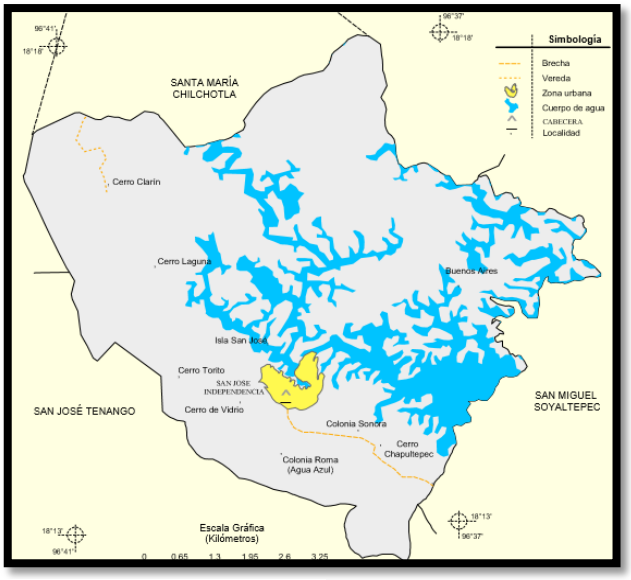
Figura 1. Región Papaloapam



Fuente 1.- INEGI

Orografía: este municipio, está formado por suelos arcillosos de color rojo o café, que presentan la peculiaridad de endurecerse, cuando se encuentran secos, la topografía de su terreno en su mayor parte tiene inclinaciones derivadas por las aguas pluviales, y la erosión que provoca el cruce de arroyos que bajan de las montañas.

Figura 2. Localidades de San José Independencia



Fuente 2.- INEGI, Marco Geo estadístico

Hidrografía: la superficie de la localidad, es regada por diversos ríos, los más relevantes son: el Río Tonto y el Río Usila, que desaguan en la presa Cerro de Oro y en la Subcuenca, de la presa Miguel Alemán, con una superficie aproximada de 47,800 Has., todo ello, forma la cuenca del Papaloapan. (Comisión Nacional para el conocimiento y uso de la biodiversidad, 2017).

Población: cuenta con 3867 habitantes, de entre ellos 2006, son mujeres, que representan el 51.9% y 1861 son hombres, que reflejan el 48.1%, con una densidad de la población de 68.31 habitantes por kilómetro cuadrado, el porcentaje de la población con respecto al Estado de 0.10%. (INEGI, 2015). Según fuente de INEGI Encuesta intercensal 2015.

Flora: Los pobladores del municipio, cuentan con una buena diversidad y cantidad de selvas perennifolias, es decir, se compone de árboles, cuyas hojas no se desprenden durante la temporada de secas. Otra parte del territorio es de selvas medias, menos altas que las anteriores, y dónde algunos árboles son caducifolios (caída de hojas en otoño).

Entre las especies vegetales más importantes están: palma real, xochicagua, palo picho, nanchillo, capulín, cocuite, cedro, roble, colorín, chancarro, chicozapote, zapote, mamey, jonote, guácimo, palma fina, aguatope, macayo, gasparito, gateado, jobo, palma de tepejilote, palma de coyol, palma camedor, platanillo, hoja de pozol, malanga, vainilla, café, nanche, tamarindo, mango, plátano, naranja y aguacate. Ocupando una extensión menor, se localizan franjas de bosque mesófilo de montaña, que se distingue por la presencia de neblina, y vegetación de hojas anchas.

Los pastizales de grama, que surgieron a raíz de la tala de los bosques para la apertura de áreas de potrero, cubren actualmente más de la mitad del territorio municipal. (Lopez Velasco, 2017)

Fauna: cuenta, con una gran variedad de fauna al interior del municipio, dentro de los cuales destacan: el mazate, cerete, tepezcuintle, armadillo, jabalí, oso hormiguero, tejón, tlacuache, mapache y ardilla. Dentro de la familia de aves se pueden observar pelícanos, pato buzo, garza, viuditas, zopilote, tecolote, urracas, pájaro carpintero, sánate (pepe), gavilán, palomas, tordos, chupamirto, pichichi (proveniente de Michoacán), tórtola y

codorniz. Dentro de los reptiles podemos encontrar a las lagartijas, iguanas, víboras y caimanes. Peces como mojarra tenhuayaca, mojarra tilapia, mojarra cascarrita, pepesca, anguilas, juiles, tortugas, erizos, perro de agua y nutria.

Clima: derivado de la región en la cual se ubica el municipio, al interior del mismo existe, una variedad climatológica, que va desde clima cálido húmedo en las partes bajas, con abundantes lluvias todo el año, hasta aquellos que son claramente templados hacia las partes más altas; sin embargo, existe un predominio de clima cálido húmedo, con lluvias todo el año (99.85%), y semicálido húmedo con lluvias todo el año (0.15%); con precipitaciones anuales, que oscilan entre 3000 a los 5000 mm con temperaturas entre los 20° y 26°C. (INEGI, Censo de población y vivienda 2010, 2011).

Desarrollo sostenible municipal:

El desarrollo sostenible, se ha definido como el desarrollo capaz de satisfacer las necesidades, del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, para satisfacer sus propias necesidades.

El desarrollo sostenible exige esfuerzos concertados, para construir un futuro inclusivo, sostenible y resiliente para las personas y el planeta.

Desde la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, reunida en Río de Janeiro del 3 al 14 de junio de 1992, (Desarrollo., 1992), se reconoce la importancia de los municipios como agentes claves, para el desarrollo sostenible, por lo que su participación en estrategias, tanto en el ámbito nacional como internacional, es imprescindible para su logro.

El municipio puede ir asumiendo programas, que inciden en el desarrollo humano, pero deben ir generando también capacidad institucional, para mejorar su prestación, definiendo con claridad y seguridad la fuente de financiamiento. Para tal efecto, hay que considerar como guía los objetivos de la Agenda Local 21 establecidos en la Cumbre de

Johannesburgo, como método de los gobiernos locales, para alcanzar el desarrollo sostenible local. (Sostenible", 2002). Dónde se pretende:

- Conocer la realidad del municipio, a través de un diagnóstico, para entender los problemas reales y asegurar el éxito de la gestión municipal.
- Mejorar la gestión municipal ambiental, económica y social, con la aplicación del Plan de Acción Local.
- Definir el modelo de futuro más adecuado, para el municipio y sus habitantes.
- Lograr una mejora continua de la gestión municipal, y de la calidad de vida en el municipio.

En septiembre de 2015, más de 150 jefes de Estado y de Gobierno, se reunieron en la histórica Cumbre del Desarrollo Sostenible, en la que aprobaron la Agenda 2030. Esta Agenda contiene, 17 objetivos de aplicación universal que, desde el 1 de enero de 2016, rigen los esfuerzos de los países, para lograr un mundo sostenible en el año 2030.

Nos refiere José Gasca y coautores, que el paradigma del desarrollo sostenible ha ganado terreno desde la perspectiva de los acuerdos mundiales e iniciativas nacionales, su operación en las escalas y regional, ha tenido obstáculos difíciles de sortear, primero por lo complicado de instrumentar su discurso amplio y difuso, pero en lo fundamental porque implica considerar los diversos y contradictorios intereses de los autores sociales involucrados. (García Zamora & coautores., 2010).

Existen comunidades, que independientemente de los enfoques institucionales de desarrollo sostenible, han incorporado saberes y códigos ambientales en la relación con su territorio, apropiación de sus recursos naturales y emprendimientos productivos.

Los grandes retos actuales, que las sociedades enfrentan, es la necesidad de desarrollar y mantener la confianza de los ciudadanos, en sus gobiernos e instituciones. Como consecuencia, el gobierno local tiene la misión de hacer posible el desarrollo sostenible en su comunidad. La gestión de la calidad, dará como resultado prosperidad económica sostenible y desarrollo social, incorporando la interacción de las políticas nacionales y regionales, en una forma coherente y compatible.

La norma internacional, ISO 18091:2014 fija directrices a los gobiernos locales, para la comprensión y la implementación, de un sistema de gestión de la calidad, que se correlacione con la Norma ISO 9001:2008, con el propósito de atender las necesidades y esperanzas de los ciudadanos.

La adopción de un sistema de gestión de la calidad, deberá ser una decisión estratégica de la organización del gobierno local, el cual debería:

- Fijar los procesos indispensables, para preparar las especificaciones, identificar normas aplicables, la provisión de sus productos y servicios, para la evaluación de resultados.
- Determinar los procesos indispensables, para el sistema de gestión de la calidad, que promoverá un desempeño integral, fiable y eficaz.
- Garantizar la continuidad administrativa al pasar a la siguiente administración, traspasando la información, sobre los planes, proyectos en desarrollo y el status del sistema de gestión de la calidad.
- Rendir cuentas cuando los procesos son subcontratados a terceros, con absoluto apego a las Leyes de Obras Públicas, Adquisiciones, arrendamientos y servicios.

Lo anterior, con apoyo en la norma internacional, ISO 18091:2014, permitirá al gobierno local tener mayor éxito, y lograr la confianza de los ciudadanos.

Los gobiernos locales, deberán de ser reforzados, por medio de una consolidación de sus estructuras democráticas, dónde exista mayor participación ciudadana, y una mayor transparencia gubernativa, de una dotación de mayores fuentes de ingreso, así como de una atribución de los mecanismos y del poder necesario, para poder alcanzar su efectiva consecución (Villegas Moreno, 2002).

En la mayoría de las municipalidades de Latinoamérica, los Departamentos o Entidades Federativas, regulan diversas formas y procedimientos de obtener mayores recursos, además de los propios, que recaudan vía impuestos por la propiedad raíz, y los derechos por los servicios que ofertan, también reciben participaciones de los niveles de gobierno superiores.

Todos los ingresos que alcanzan, debidamente administrados serán básicos, para atender sus programas de operación e inversión, que se traducirán en un mayor impulso al desarrollo local, desarrollo humano y combate a la extrema pobreza. Conforme al principio cinco emitido en la Conferencia de Rio: “es tarea esencial erradicar la pobreza como requisito indispensable del desarrollo sostenible, a fin de reducir las disparidades en los niveles de vida, y responder mejor a las necesidades de la mayoría de los pueblos del mundo”.

Es fuente principal, para que los gobiernos locales formulen puntualmente un diagnóstico de necesidades fundamental, y prioritario dónde emerja un plan de acción real, para la obtención de recursos propios, y oportuna gestión ante las instancias estatales y federales, para que aprueben los proyectos que fomentarán el desarrollo local, en el municipio de San José Independencia.

Metodología

El presente trabajo de investigación, es de tipo inductivo - cualitativo, exploratorio y descriptivo, así como de planeación estratégica, se realizó trabajo de campo a la cabecera municipal, y a las diferentes agencias del municipio de San José Independencia, un grupo de investigadores del cuerpo académico emprendedores de la UABJO, acudió a la localidad desde el mes de septiembre de 2016, para realizar la recopilación de datos.

Análisis de los datos de hallazgos percibidos.

De acuerdo a la información primaria realizada, se obtuvieron los datos siguientes del municipio de San José Independencia:

Figura 3. Presa Miguel Alemán

Fuente 3. Google maps

La Presa Miguel Alemán, está ubicada en el cauce del Río Tonto, en San Miguel Soyaltepec, Oaxaca, fue puesta en operaciones el 18 de junio de 1959, cuenta con una central hidroeléctrica, que genera 354 mega watts de energía eléctrica, de esta localidad, se traslada la mayoría de la población, que reside en San José Independencia.

Figura 4. Transporte en lancha por la represa Miguel Alemán, traslado de investigadores al municipio.

Fuente: Foto: Guillermo Trejo Carbajal

La vía de transporte al pueblo, es por medio de lancha, a través de la represa, es de uso común, por el abastecimiento comercial, que hacen del mercado de San Miguel Soyaltepec y otras ciudades cercanas.

Figura 5. Vivienda de ladrillo y techos de lámina y carrizo. San José Independencia

Fuente: Foto: Guillermo Trejo Carbajal

Vivienda

Total, de viviendas habitadas 894, de las cuales 483 tienen dos cuartos, que representan el 54.09%, 165 viviendas particulares tan solo tienen un cuarto, significa el 18.48% y con tres cuartos 43 casas con el 4.82%.

Comercio.

Conforme a visita de campo, tienen 55 micro tiendas en la jurisdicción municipal, ofertan abarrotes, dulcería y medicamentos.

Agricultura.

La producción agrícola como maíz, frijol y café, se vende dentro de la comunidad.

Pesca.

La pesca de trucha y mojarra, es de autoconsumo y existen intermediarios en la cabecera municipal de san José Independencia, y la agencia municipal de Buenos aires, quienes lo comercializan en otras localidades diversas a la región.

Figura 6. Pesca actividad de los habitantes de San José Independencia

Fuente: Foto: Rosendo Martínez Jiménez

Figura 7. Infraestructura del mercado en construcción.

Fuente: Foto: Rosendo Martínez Jiménez

Obra Pública.

En proceso de construcción, el mercado de la cabecera municipal de san José independencia, los avances, que comprende es la cimentación y la estructura, actualmente la obra se encuentra suspendida.

La carretera, que comunica de Jalapa de Díaz, a san José Independencia se encuentra aprobada en un tramo de 15 km, con un presupuesto inicial de 7’ 000,000 millones de pesos. Por las condiciones húmedas y sinuosas de los terrenos.

Figura 8. Condiciones actuales de los caminos del municipio

Fuente: Foto: Guillermo Trejo Carbajal

Camino de brecha.

En pleno siglo XXI, todavía hay municipios, que no cuentan con una red de infraestructura caminera, como lo es el municipio de San José Independencia, Oaxaca, dónde su única forma de comercializar es aún por agua.

Fueron muchos, los años que tuvieron que pasar, para que el gobierno federal a través de la Coordinación de Desarrollo de los Pueblos Indígenas, (CDI) volteara sus ojos, y dieran inicio a la primera y segunda etapa de la construcción de la carretera, que unirá al municipio de Jalapa de Díaz con San José Independencia. Pero antes, de que se ordene la tercera y última etapa de la construcción de este importante camino, las autoridades municipales y el pueblo en general de San José Independencia, tienen que salir y regresar mediante lanchas rápidas y transportar sus mercancías de igual forma, mientras, que el material para construcción e implementos agrícolas, es llevado en una panga que tiene el ayuntamiento. (Ordoñez, 2016).

Agua potable.

La perforación de pozos profundos y red de agua potable aprobada. La constructora ha perforado, dos pozos sin resultados exitosos, como consecuencia la red de tubería no ha sido instalada.

Seguridad Pública.

Cuentan con un comandante y dieciséis elementos, para atender todas las agencias municipales, no tienen armamentos, y se apoyan con algunos que son de su propiedad.

Por las circunstancias del lugar, requieren una lancha de motor, para desplazarse a las islas pobladas, que se encuentran en la jurisdicción municipal, no existen cuartel de policía, dormitorios y sanitarios.

Tienen una patrulla terrestre sin herramienta, y en caso de pinchadura de llantas la reparación la efectúan a más de 15 kms., por las circunstancias que guardan las brechas son de tres o más horas de tiempo de traslado.

Educación.

Área de oportunidad de atención, en la alfabetización de los adultos, es conveniente la coordinación, con el INEA, (Instituto Nacional de educación para adultos), para abatir el bajo indicador.

Figura 9. Unidad Médica Rural IMSS PROSPERA, Cabecera Municipal de San José Independencia.

Fuente Foto: Guillermo Trejo Carbajal.

Salud.

Existe Unidad Médica Rural IMSS/PROSPERA en la cabecera municipal, la cual ofrece servicios a toda la comunidad. Versiones de la autoridad municipal de desabasto de medicamentos.

Figura 10. Arribo de investigadores a la agencia Cerro Clarín

Fuente: Foto: Guillermo Trejo Carbajal**.**

Arribo de los investigadores de la FCA de la UABJO, a la Agencia Cerro Clarín a practicar el estudio de campo y diagnóstico del gobierno local.

El municipio de San José Independencia, cuenta con una cabecera municipal, y siete agencias de policía, de las cuales se describen cinco a continuación:

1.- Agencia Municipal El Tepeyac.

Cuenta con 333 habitantes. **El Tepeyac** está a 71 metros de altitud. En la localidad hay 162 hombres y 171 mujeres. La ratio mujeres/hombres es de 1,056, y el índice de fecundidad es de 3,60 hijos por mujer. Del total de la población, el 0,30% proviene de fuera del Estado de Oaxaca. El 15,32% de la población es analfabeta (el 10,49% de los hombres y el 19,88% de las mujeres). El grado de escolaridad es del 4.62 (5.06 en hombres y 4.23 en mujeres).

El 100,00% de la población es indígena, y el 80,78% de los habitantes habla una lengua indígena. El 21,32% de la población habla una lengua indígena y no habla español. El 18,62% de la población mayor de 12 años está ocupada laboralmente.

Figura 11. Escuela primaria en la agencia el Tepeyac

Fuente: Foto: Guillermo Trejo Carbajal**.**

Educación. Cuentan con educación básica preescolar y primaria, donde un docente atiende el preescolar y tres maestros la primaria. El 30% de los niños asisten descalzos a la escuela. El 50% de los adultos mayores no saben leer ni escribir, en las escuelas no existen docentes de educación física.

Figura 12. Comedor comunitario

Fuente: Foto: Guillermo Trejo Carbajal

Comedor comunitario escolar.

En las Escuelas Primarias tienen comedores comunitarios que son atendidos por los padres de familia y se rotan periódicamente para la atención de los niños. Durante el recreo se ofrece un almuerzo balanceado en nutrientes.

Salud.

Tienen una casa de salud en condiciones regulares, no tienen médico fijo, los visita el médico de la UMR, una vez al mes, para revisiones generales.

Cuando una mujer está embarazada, y ese día no se encuentra el doctor en la casa de salud, recurren con una partera que habita ahí mismo en el pueblo, ella por lo regular, es la que se encarga de todos de las mujeres del pueblo. Dicen los habitantes de la comunidad que cuando alguien, sufre alguna picadura de algún animal ponzoñoso, o que sufra un accidente fuerte algún golpe, caída, intoxicación, atragantamiento y demás, y el doctor no se encuentra, lo tienen que trasladar hasta Tuxtepec, para recibir atención inmediata, pero en ocasiones lamentables algunos habitantes no aguantan el traslado y han llegado a morir en el camino, porque no aguantan a llegar ya que el traslado es largo y en lancha.

Comercio.

Cuentan con tres pequeñas tiendas y no existe otra alternativa de comercio, una vez al mes surten las tiendas, ya que por el transporte largo y complicado es difícil surtir seguido.

Producción.

Cultivo agrícola del maíz., como vía alternativa la pesca, que sirve para el consumo familiar y frijol, que se vende por manojo o por kilogramo, el chile de árbol es cosechado por algunas familias, y en ocasiones lo venden a los vecinos para ayudarse a $10 la bolsa, cuando desempeñan trabajos de campo el ingreso que perciben es de $30 por jornal o diario, algunos habitantes emigran ante la carencia de trabajo y se trasladan a las ciudades de Puebla y México.

Apoyos del gobierno federal.

El programa PESA de SAGARPA apoya a 17 beneficiarios, con gallineros y galeras, para guardar sus aves y cerdos, así como también tiene programado proyectos de cultivo de hortalizas, (tomate de cascara verde, chile, sandia y jícama), por otra parte, SEDAR, los financia con equipo de pesca, (red de arrastre, termo, báscula y lancha).

Requerimientos:

- Reparación el inmueble de la agencia municipal.
- Mantenimiento y conservación a la casa de salud.
- Reparación de las escuelas, que se encuentran en condiciones deplorables, hay un salón de madera en mal estado y muchas de las bancas donde los estudiantes realizan sus actividades están pésimas.
- Habilitar los caminos de accesos a las escuelas para evitar que los niños que asisten a las escuelas ensucien de lodo sus calzados o pies y su ropa.
- Un médico de planta para atender a los habitantes.

2.- Agencia de policía rural Cerro Chapultepec.

Figura 13. Escuela secundaria de Cerro Chapultepec

Fuente: Rosendo Martínez-Jiménez

Educación.

Cuentan con Educación Básica: Prescolar, Primaria y Secundaria, dónde, un maestro atiende al prescolar, tres a la primaria y tres a la secundaria.

Las aulas están construidas con madera de la región y techos de lámina, las cuales por las lluvias predominantes en la región se presentan múltiples filtraciones por los techos y paredes lo que ocasiona el deterioro prematuro de las instalaciones. El Camino de acceso a la escuela secundaria está muy deteriorado por lo que es importante que se arregle.

Salud.

Tienen una casa de salud, no tienen médico de fijo, los visita un médico una vez al mes, para revisiones generales y cuando hay periodos de vacunación.

Comercio.

Cuentan con tres pequeñas tiendas y no existe otra alternativa de comercio, una vez al mes surten las tiendas, ya que por el transporte largo y complicado es difícil surtir seguido.

Figura 14. Arroyo de Cerro Chapultepec

Fuente: Foto: Guillermo Trejo Carbajal

Agua Potable.

No cuenta con el servicio. Se aprovisionan de los manantiales, arroyos y pozos. Donde es común el baño personal, lavado de ropa, bebederos de los animales y algunas descargas de aguas negras.

Programas de gobierno.

Los beneficios, que reciben de programas federales son:

- Apoyo a mujeres y el programa de pensionados de 65 y más.
- Está por iniciar un programa de pesca que impulsa la SAGARPA a través de PESA.

Requerimientos:

- Requieren de piso de concreto para el acceso a las escuelas.
- Calzado para los alumnos; la mayoría de niños asisten al colegio con los pies descalzos y ensucian su uniforme.

- Nuevas aulas; existen aulas con techo de lámina y de palma, con muros de madera y polines como columnas para el sostenimiento de la techumbre.
- Reparación de aulas; Las aulas que tienen techo de concreto están en condiciones de riesgo, las filtraciones han afectado la estructura de hierro y provocan filtraciones en el interior, dañando mobiliario y equipo.
- Piso firme; los pisos en su mayoría son de tierra.
- Remodelación de la agencia de policía.
- Remodelación de la iglesia.
- Instalación de cocinas ecológicas.
- Internet; no llega la señal satelital en la telesecundaria que cuenta con 22 jóvenes de género femenino y 12 el masculino.

3.- Agencia Municipal Buenos Aires.

Figura 15. Isla de Buenos Aires

Fuente: Foto: Guillermo Trejo Carbajal

Esta Agencia es una isla, la más próspera entre todas las agencias de San José Independencia, cuentan con una iglesia, dos canchas, agencia de policía y Albergue infantil donado por una empresa refresquera de reconocido prestigio.

Educación.

Cuentan con Educación Básica: Prescolar, Primaria y Secundaria, dónde un maestro atiende al prescolar, doce a la primaria y tres a la secundaria. Todos los domingos hacen tequio y fomentan el deporte.

Salud.

Servicios de salud. Tiene un centro de salud, que atiende una persona con la calidad de asistente, sin formación profesional de enfermería y medicina una vez al mes recibe la visita del médico adscrito a la UMR, (Unidad médico rural de san José independencia).

Comercio.

Cuentan con 17 tiendas pequeñas, que ofrecen abarrotes y algunas carnes y pescados, un centro botanero, cada domingo venden carne.

Agua Potable.

No cuenta con el servicio,

Producción.

Pesca, ganado vacuno, productos agrícolas como maíz y chile que cultivan durante 2 veces al año.

Urbanización

Solo tienen un pequeño camino de concreto, que cruza una parte de la isla. Requiere concluir a mayor extensión, para proporcionar le seguridad a sus habitantes, en periodo de lluvias se enlodan y afectan su vestido.

Edificio de la agencia municipal

En regulares condiciones con piso firme, y la autoridad municipal se apoya vía telefónica, con su línea domiciliaria.

Los beneficios, que reciben de programas federales son:

- Apoyo de prospera para la mujer

- Programa de pensionados para 65 años y más.
- Piso firme (faltan 50 viviendas)

4.- Agencia Cerro Torito

Una característica de esta agencia, es que el 70% son adultos y solo el 30% son niños, ya que muchos al terminar su primaria emigran a otros estados de la república como son: Puebla y ciudad de México y otros más optan por irse a conquistar el sueño americano.

Condiciones del camino principal.

Son brechas en pésimo estado más en épocas de lluvia

Educación.

Cuentan con Educación Básica: Prescolar y Primaria, dónde un maestro atiende al prescolar y tres a la primaria.

Salud.

Tienen una casa de salud de lámina, no tienen médico de fijo, los visita un médico solamente una vez al mes, para revisiones generales y cuando hay periodos de vacunación, solo tienen una asistente.

Comercio.

Cuentan con cinco tiendas, no existen otros comercios.

Agua Potable.

No cuenta con el servicio, sin embargo, tienen una cascada.

Producción.

Siembran maíz y frijol.

Programas de gobierno.

Los beneficios que reciben de programas federales son:

Apoyo a mujeres y el programa de pensionados de 65 y más.

Requerimientos:

- Remodelación de la agencia de policía.
- Caseta telefónica.
- Agua potable.
- Puente hacia la primaria.
- Una escuela secundaria.
- Internet.
- Pavimentación de la calle principal.
- Una barda al costado de la agencia de policía.
- Antena para teléfono.

5.- Agencia Municipal Cerro Clarín.

Educación.

Cuentan con preescolar y primaria, dónde un maestro atiende el prescolar y tres maestros la primaria.

Salud.

Tienen una casa de salud, no tienen médico de fijo, los visita un médico solamente una vez al mes, para revisiones generales.

Comercio.

Cuentan con tres tiendas, no existen otros comercios

Producción.

Cultivo agrícola del maíz y otros granos como el frijol

Apoyos de gobierno.

El programa PESA de SAGARPA, apoya a beneficiarios con gallineros y galeras, para guardar sus aves y cerdos.

Requerimientos:

- Reparación del inmueble de la agencia.
- Mantenimiento y conservación a la casa de salud.
- Reparación de las escuelas.
- Un médico de planta para atender a los habitantes.
- proyectos de cultivo de hortalizas (tomate de cáscara verde, chile, sandia y jícama), por otra parte, SEDAR los financia con equipo de pesca (red de arrastre, termo, báscula y lancha).

Resultados.

En el sistema de gestión de la calidad, de un gobierno local aceptable y pleno de reconocimiento es importante que cubra todas las acciones y procesos, que pueden afectar a su capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de sus ciudadanos, los requisitos legales y reglamentarios aplicables al producto y las formalidades del propio gobierno local, así como de las otras entidades interesadas, como son los gobiernos estatal y federal.

De tal manera, que los ciudadanos esperan que todas sus necesidades se atiendan, como el cumplimiento cabal y formal del plan de acción, en el periodo de gestión, contar con una comunidad, que proporcione la mayoría de los productos y servicios con calidad, tales como la seguridad y protección, caminos y carreteras seguros, accesibles y en buenas condiciones, transporte público digno, agilidad en el trámite de servicios, transparencia en el manejo de recursos, acceso a la información pública, disponibilidad de los servicios de salud y educación.

La norma internacional, ISO 18091:2014, promueve que los ciudadanos sientan que el gobierno local los representa, y que su comunidad está debidamente protegida. Se deberá de partir trabajando en el nivel local, basados en la gestión de la calidad de los productos y servicios públicos e incrementar la confianza de los ciudadanos en su gobierno local.

Lograr una alta calidad de este gobierno local permitirá, fortalecer todo el sistema de gobierno. La coherencia de estos enfoques ayudará a crear un gobierno confiable y sostenible.

El gobierno de San José Independencia deberá, promover la mejora continua para la eficacia del sistema de gestión de la calidad mediante el uso de la política de la calidad, los objetivos de la calidad, los resultados de las auditorías, el análisis de los datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión por la dirección.

Conclusiones

El trabajo realizado, es un instrumento fundamental, para detectar el horizonte del municipio de San José Independencia, por lo que la investigación identificó, la problemática específica en el municipio, así como la de cada una de sus agencias, se observaron de forma específica los factores que impiden el desarrollo del municipio, por ello se propusieron políticas públicas, que el H. Ayuntamiento puede aplicar, durante su ejercicio, y que fueron plasmadas en el plan de desarrollo municipal 2017-2018, con la finalidad de impulsar el desarrollo sustentable de su localidad, y así consolidar la gobernabilidad democrática, transparente e incluyente otorgando beneficios comunes a los habitantes del municipio.

Conforme a la experiencia de otros gobiernos locales confiables de México, es pertinente proporcionar asistencia a la alta dirección, para definir los elementos necesarios de las operaciones mínimas e identificar las áreas de mejora con sus responsabilidades hacia los ciudadanos, de forma eficaz y transparente. Para tal efecto, en el autodiagnóstico se recomienda implantar indicadores de gestión, clasificados en cuatro categorías:

- Desarrollo institucional para un buen gobierno.
- Desarrollo económico sostenible.
- Desarrollo social incluyente.
- Desarrollo ambiental sostenible.

Con el propósito, de autoevaluar el nivel de desempeño de los integrantes del ayuntamiento, (Municipal, 2017), se recomienda aplicar la Agenda, para el Desarrollo Municipal (ADM), que fortalece las capacidades institucionales del municipio, a partir de un diagnóstico de la gestión, así como la evaluación del desempeño de sus funciones constitucionales, con el fin de contribuir al desarrollo y mejora de la calidad de vida de la población.

Referencias.

coautores., J. G. (2010). *La gestión comunitaria de recursos naturales y ecoturísticos en la sierra norte de Oaxaca*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de investigaciones económicas.

Comisión Nacional para el conocimiento y uso de la biodiversidad. (27 de 12 de 2017). *www.conabio.gob.mx*. Obtenido de http://www.conabio.gob.mx/conocimiento/regionalizacion/doctos/rhp_078.html

Desarrollo., L. C. (14 de 06 de 1992). *DECLARACIÓN DE RIO*. Obtenido de http://www.unesco.org/education/pdf/RIO_S.PDF

INEGI. (14 de Abril de 2011). *Censo de población y vivienda 2010*. Obtenido de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos

INEGI. (15 de Marzo de 2015). *Encuesta intercensal 2015*. Obtenido de http://www3.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/central

Lopez Velasco, M. Á. (2 de Marzo de 2017). Plan de Desarrollo Municipal . Oaxaca, Oaxaca, México.

Municipal, I. N. (12 de Diciembre de 2017). Obtenido de Programa agenda para el desarrollo municipal: https://www.gob.mx/inafed/acciones-y-programas/documento-programa-agenda-para-el-desarrollo-municipal

Ordoñez, J. (18 de 09 de 2016). *El piñero de la cuenca*. Obtenido de http://archivo.elpinerodelacuenca.com.mx/index.php/tuxtepec/4268

Sostenible", “. d. (15 de 06 de 2002). *El Plan de Sostenibilidad / La Agenda Local 21*. Obtenido de www.gob.mx/conagua/acciones-y-programas/agenda-21

Unidas, O. d. (16 de 01 de 2016). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/la-agenda-de-desarrollo-sostenible/

Villegas Moreno, J. L. (9 de Diciembre de 2002). *Desarrollo sostenible, capital social y municipio Aproximación a la configuración del municipio como agente de desarrollo*. Obtenido de http://www.monografias.com/trabajos30/desarrollo-sostenible-

EL HUERTO FAMILIAR COMO ALTERNATIVA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y DE DESARROLLO SUTENTABLE. ESTUDIO DE CASO, VILLA DE ZAACHILA OAXACA

Lilibeth Gómez Sosa
Nimcy Arellanes Cancino

Resumen

El huerto familiar es el agroecosistema más difundido a nivel global, asociado principalmente a zonas rurales (Cano, 2016), y en menor medida en regiones urbanas y suburbanas (Mariaca, 2012; & Vogl *et. al.* 2004). El huerto es también un territorio simbólico en el que se producen y reproducen prácticas y conocimientos culturales, así como relaciones al interior y al exterior del núcleo familiar. De ese modo las prácticas culturales relacionadas al huerto reproducen una serie de acciones y sentidos relacionadas con aspectos de poder, resistencia, apropiación y transformación, que se encuentran insertos en hechos socioeconómicos (Cano, 2016) y de género (Malinowski, 1957).

Este artículo tiene como principal objetivo analizar al huerto familiar como una alternativa de seguridad alimentaria; para la colecta de datos en la Villa de Zaachila Oaxaca, se tomó una muestra tipo cualitativa, y se realizó un taller participativo. Analizados los datos se tiene que comparándolo con ciertos modelos tales como el empleado en comunidades de Ecuador denominado el "buen vivir", el cultivo en los huertos de traspatio coadyuva a la seguridad alimentaria de estas familias, pues contribuyen al auto abasto y a la economía familiar. Además, que los sistemas de cultivo, las técnicas agronómicas empleadas en el proceso, la función principal de los huertos es en primer lugar la autoalimentación y en segundo lugar la comercialización; esto permite deducir que el huerto da lugar al desarrollo sustentable.

***Palabras clave*:** Seguridad alimentaria, huerto familiar, desarrollo

Introducción

Planteamiento del problema. Uno de los problemas que enfrenta la población mundial es la falta suficiente de alimentos, afectando de una manera significativa a las poblaciones pobres o de bajos recursos. En México casi la mitad de los alimentos que se consumen son importados del extranjero. Por ejemplo, es bien sabido que el principal cereal de los mexicanos, el maíz, el país no es autosuficiente en su producción por lo que se tiene que importarlo (Hernández, 2014).

Otro problema que se tiene es la aplicación intensiva de productos agroquímicos, lo que genera impactos negativos tanto al medio ambiente como a los recursos naturales; además de la situación de pobreza y desempleo en que se encuentran un sin número de comunidades de nuestro país. A lo anterior, hay que sumarle la incertidumbre que se tiene en el campo mexicano por el cambio climático o por las variaciones climáticas que se presentan. Todo lo dicho, son sucesos que estamos viviendo y que repercuten en el desarrollo tanto, local, regional, y nacional. Una solución viable ante la falta de producción y para contrarrestar la crisis alimentaria, la falta de calidad de los alimentos y pobreza de la población es la agricultura urbana, a través de los huertos familiares. Este tipo de agricultura no requiere de grandes espacios y acorta la distancia que recorren los alimentos, evitando su compra a precios elevados. Por otra parte, estos huertos familiares generan beneficios ambientales, ya que están basados en principios ecológicos y orientados a la soberanía alimentaria. Incorporan espacios de producción en pequeña escala, acortando la distancia que recorren los alimentos y reduciendo los insumos industriales y contaminantes de la agricultura.

Igualmente, con dichos huertos se reducen las emisiones de CO_2 y por lo tanto contribuyen a la lucha contra el cambio climático. Los beneficios dependerán del modelo de agricultura seguido, así como su compromiso con la sustentabilidad y la soberanía alimentaria. Por lo tanto, los huertos familiares se presentan como una opción viable y rentable, sobre todo para las comunidades de bajos recursos, ya que permiten cultivar hortalizas durante casi todo el año. Además, permiten ahorrar en el gasto familiar y a la vez todos los miembros pueden participar en la producción. En resumidas palabras, las principales funciones del huerto de traspatio son, la autoalimentación, el autoconsumo, la comercialización,

recreación y la seguridad alimentaria, (Juan, 2013).

La FAO, establece que el autoconsumo y la comercialización en conjunto permiten llegar a la seguridad alimentaria. El huerto familiar, ya sea rural, urbano o suburbano, también es un territorio simbólico en el que se producen y reproducen prácticas y conocimientos culturales, relaciones al interior y al exterior del núcleo familiar, de ese modo en el huerto como práctica cultural confluyen una serie de acciones y sentidos, inscritos en el marco de relaciones sociales de poder, resistencia, adaptación, apropiación y transformación, que se encuentran insertos en hechos socioeconómicos (Cano, 2016), por lo tanto es un importante factor promotor o difusor cultural.

Aunque existen variaciones en las dimensiones, tipos y usos de los huertos, lo que realmente les caracteriza es donde las familias cultivan plantas de diversas especies que son utilizadas para la subsistencia. En estos lugares también hay animales domésticos y son hábitat de algunas especies silvestres, por lo que se puede considerar como un ecosistema domesticado como lo interpreta Juan (2013) en su libro: *Los huertos familiares en una provincia del Subtrópico Méxicano, Análisis espacial, económico y sociocultural*. De manera que en el huerto se puede obtener alimentos que proporcionen diversos nutrientes como vitaminas, fibra, minerales, proteínas, a la familia, (Hernández, 2014).

Marco teórico

Los primeros estudios y definiciones sobre el sistema productivo huerto familiar en el mundo corresponden a la década de 1970. Se realizaron principalmente en regiones tropicales de Asia y en pueblos indígenas ubicados en los países emergentes (Lope, 2012; Vogl *et. al,* 2004 & Millat-e-Mustafa, 1996). De manera general se identifica al huerto como un repositorio de antiguas técnicas agrícolas que coadyuvan a la subsistencia familiar en todo el planeta, representando una fuente potencial de recursos naturales utilizados por las familias para múltiples fines (Martínez, 2005).

En lo que respecta a los organismos internacionales, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), en 1996 considera al huerto como un espacio que forma parte de la agricultura familiar donde se producen diversos productos

para el autoconsumo. Sus principales funciones son: el autoconsumo, la comercialización, recreación y la seguridad alimentaria y que el autoconsumo y la comercialización en conjunto pueden llevar a la seguridad alimentaria (FAO, 1996).

Como práctica, es simultáneamente un hecho simbólico y económico. Constituye un espacio social y simbólico del ámbito doméstico en el que está depositada la cultura local y donde converge un flujo de satisfactores determinantes para la reproducción de la familia, sobre todo en lo concerniente a la alimentación y a la salud (Moctezuma, 2010 & Vogl *et.al* 2004).

Desde el ámbito latinoamericano existen múltiples perspectivas desde las cuales se han propuesto definiciones de lo que es un huerto familiar, el traspatio o el solar. Por una parte, se define como sistemas agroforestales multipropósito en asociación íntima con cultivos agrícolas anuales, perennes y animales, situado alrededor de las casas y manejados por la unidad familiar (Cano, 2016). Desde otras visiones, Caballero (1992) dice que el huerto o solar es un espacio que no está precisamente dentro del predio familiar, en el cual se distribuyen árboles, arbustos y herbáceas silvestres o arvenses, asociados a cultivos anuales y animales de corral y ocasionalmente, fauna silvestre. Es por ello que varios autores consideran que los huertos familiares mantienen una alta agrobiodiversidad (Cano, 2016; Rivera, 2014 & Vilamajó, 2017).

En lo que respecta a México, una gran parte de las investigaciones se centran en el subtrópico (Juan, 2013), la literatura referida a los huertos familiares destaca su importancia como escenario de procesos de domesticación, diversificación y producción en las zonas rurales del mundo, además de ser considerados una continua fuente de productos con valor de uso y de cambio que complementan la dieta y los ingresos de las familias campesinas (González, 2012; Lope, 2012; Mariaca, 2012; Vásquez & Lope, 2012; Vogl *et al*., 2004 & Fernández & Nair, 1986).

Bajo esa óptica, los huertos son considerados una unidad de agricultura familiar que ayuda a la economía de sus propietarios (Juan, 2013).

Para el caso del Estado de Oaxaca, existen mayoritariamente investigaciones de corte

etnobotánico que toman como referencia un determinado grupo indígena, como son los mazatecos (Herrera Martínez, 2010); o pueblos en específico, como Putla (García, 2010); San Pedro Ixtlahuaca (Hernández Ruíz, 2014) y Cuilapam de Guerrero, localizado en los Valles Centrales, donde se destaca el papel del huerto como fuente de subsistencia para la familia, (De la Rosa, 2014).

Resulta complicado hablar de desarrollo cuando se viven situaciones de desigualdad, pobreza, problemas ambientales, la falta de alimentos, entre muchas otras en el mundo. Se sabe que diversos Organismos e instituciones buscan alternativas para emitir propuestas de solución a estas situaciones que son preocupantes. Uno de los organismos que se ha encargado de la realización de estudios sobre agricultura, alimentación, huertos de traspatio, seguridad alimentaria ha sido la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) que en 1996 en un documento emitido por la Cumbre Mundial de la Alimentación, ésta determina que existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida activa y sana.

Por otro lado, Ruppel, (1991), define la seguridad alimentaria como:

….. la habilidad que tiene un país o región para asegurar, de manera oportuna y confiable, sobre una base de largo plazo, el acceso a la totalidad de la población de los alimentos nutricionalmente adecuados que requiere (p.136).

Pero si consideramos que al hablar de seguridad alimentaria podemos hablar también de un desarrollo, que si bien, en su reflexión Pablo Dávalos (2008), define al desarrollo como el proceso que permite a una nación, a la región, a las comunidades locales y a los individuos residentes en ellas, el logro de un bienestar social óptimo basado en una convivencia humana equitativa, sostenible y armónica, y en un proceso técnicamente posible, económicamente viable, y socio-culturalmente aceptable, el cual debe repercutir en una equitativa distribución del ingreso y la erradicación de la pobreza. A su vez si nos referimos al desarrollo sustentable, el cual ha sido definido de varias formas, la más frecuentemente

usada proviene del informe conocido como "Brundtlant Commission: Our Common Future" de 1987 que dice: "El desarrollo sustentable es un desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades".

Sin embargo, sabemos que para determinar que se alcance la seguridad alimentaria y por ende el desarrollo de una región resulta un tanto comprometedor, por ello me atrevo a mencionar el caso de Bolivia y Ecuador que es un ejemplo que permite visualizar la organización de las comunidades que tiene estrecha relación con su medio ambiente.

La Constitución ecuatoriana declara: "Nosotras y nosotros, el pueblo soberano del Ecuador […] *decidimos construir una nueva forma de convivencia ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el buen vivir, el sumak kawsay*", y define que "el régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio–culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay", (Hilago, 2011).

La noción del buen vivir (sumak kawsay), como una nueva condición de contractualidad política, jurídica y natural, ha empezado su recorrido en el horizonte de posibilidades humanas, y de la mano de los pueblos indígenas de Ecuador y Bolivia, (Dávalos, 2008). Es fundamental, entonces, empezar una reflexión sobre el sumak kawsay (buen vivir) que resume en su contenido y esencia dos conceptos que son tan fuertes que su sola crítica o cuestionamiento es ya toda una proeza, se trata de los conceptos de "desarrollo" (como una teleología de la historia), y el concepto de "crecimiento económico" como una prevalencia de la economía, sobre la política y la sociedad.

Descripción del Método

La Villa de Zaachila es un municipio de la región de los Valles Centrales de Oaxaca, pertenece al Distrito de Zaachila, colinda al norte con los municipios de Cuilápam de Guerrero, San Raymundo Jalpan y Santa Cruz Xoxocotlán; al este con el municipio de San Bartolo Coyotepec; al sur con los municipios de San Martín Tilcajete, Santa Catarina Quiané, San Bartolo Coyotepec, Ciénega de Zimatlán y Trinidad Zaachila; al oeste con los

municipios de Trinidad Zaachila, Santa Inés del Monte y San Pablo Cuatro Venados. Ocupa el 0.08% de la superficie del estado. Cuenta con 16 localidades y una población total de 28 003 habitantes (OIEDRUS, 2005).

En el estudio, se examinó a los productores con huertos familiares en la Villa de Zaachila (Figura 1).

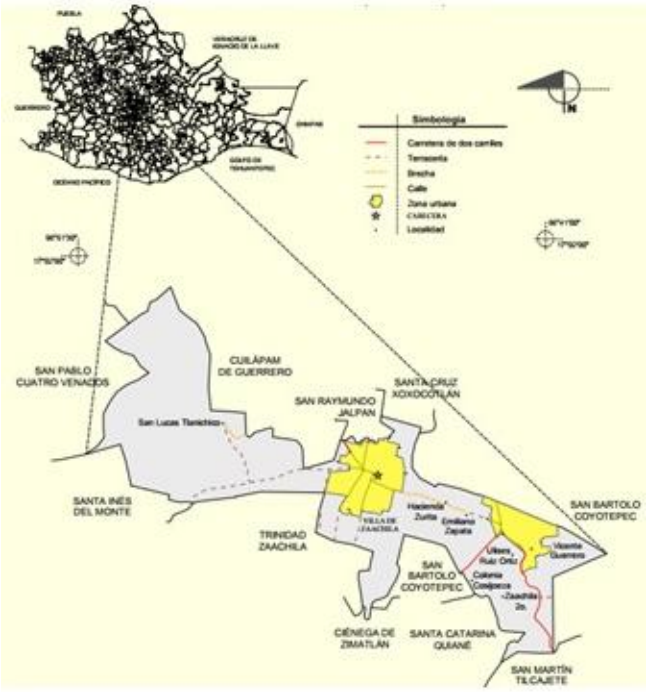


Figura1. Ubicación geográfica del municipio de Villa de Zaachila, Oaxaca. INEGI. Marco Geoestadístico Municipal (2005).

Se utilizó la metodología de estudio de caso para efectos de esta investigación, como herramientas para recabar información se emplean, talleres participativos, entrevistas semiestructuradas, y observación directa, basados en la estructura metodológica que comparte Hernández Sampieri (2010).

El periodo de recopilación de datos va de diciembre de 2016-junio de 2017, iniciando con observación directa. La unidad de análisis fue el huerto familiar entendido éste como un conjunto de técnicas agrícolas antiguas que han coadyuvado a la subsistencia familiar en muchas poblaciones del mundo y Mesoamérica. Representan una fuente potencial de recursos naturales utilizados por las familias con múltiples fines, según dice Martínez & Juan (2005).

El cuestionario utilizado se compone de 17 preguntas abiertas, una vez obtenida la información obtenida se sistematizó en una base de datos Microsoft Excel y se analizó mediante estadística descriptiva. Se entrevistaron a 10 productores-comerciantes de especies vegetales entre ellos, “propios” e “intermediarios”, de los cuales se obtuvieron datos las especies vegetales que cultivan, las técnicas, organización e importancia económica del huerto familiar.

La guía de entrevista se dividió en tres apartados, 1): información del productor-comerciante (nombre, edad, sexo, ocupación, lugar de procedencia); 2: información sobre las especies cultivables (selección de semilla, insumos, técnicas de cultivo, temporalidad, organización, composición y distribución del huerto); y 3: información sobre la importancia económica del huerto (especies cultivadas para el consumo y para la venta).

Resumen de resultados

En este trabajo investigativo se estudió a los huertos de la Villa de Zaachila, bajo la expectativa de una alternativa de seguridad alimentaria y de desarrollo. Diversos estudios se han realizado en relación a los huertos de traspatio, hemos visto que es uno de los espacios agrícolas con mayor difusión, sin embargo, en este municipio no se tienen registros de investigaciones en torno al huerto familiar.

La Villa de Zaachila, Oaxaca, es una población semiurbana, las personas que se dedican a la agricultura familiar dentro de un espacio ubicado cerca de la vivienda específicamente para la producción de especies para el consumo y venta, se localizan en las localidades aledañas a este municipio; sin embargo, en la población semiurbarnizada se encontraron viviendas con pequeños huertos donde se cultivan en mayor proporción las hortalizas, seguidas de árboles frutales, plantas medicinales, ornato. Se observó que la cría de algunos animales menores se practica cada vez menos, según manifiestan los participantes. Esta información se encuentra en el cuadro 1. A este espacio le llaman “campo”, pues estas familias cuentan con espacios con tamaños considerables destinados a la agricultura, estos oscilan entre los 30 m^2 hasta los 500 m^2. La finalidad de contar con un huerto es variada, es decir, los fines cambian, desde un pasatiempo, una fuente de alimentos “sanos”, “limpios”, “orgánicos”, hasta una fuente alterna para generar ingresos, pues no representa la única

actividad económica para las familias.

Cuadro 1. Especies de plantas cultivadas en los huertos, que comercializan el Día de Plaza.

Plantas	Consumo	Venta	Usos	Riego/Temporal
Hortalizas				
Cilantro (*Coriandrum sativum sp.)*	Sí	sí	Condimento	Riego
Perejil (*Petroselinum crispum. sp*)	Sí	sí	Condimento	Riego
Zanahoria (*Daucus carota*)	Sí	sí	Consumo	Riego
Chile (*Capsicum annuum*)	Sí	sí		Riego
Miltomate (*Physalis ixocarpa*)	Sí	sí		Temporal
Elote (*Zea mays*)	Sí	sí		Temporal
Chícharo (*Pisum sativum sp*)	sí	sí		Temporal
Flor de calabaza	Sí			Temporal
Verdolaga (*Portulaca oleracea sp*)	Sí			temporal
Calabaza (*Cucurbita, pepo*)	Sí	sí		Riego y Temporal
Rábano (*Raphanus sativus sp*)	Sí	sí		Riego
Chayote (*Sechium edule*)	Si	sí		Temporal
Lechuga (*Lactuca sativa*)	Sí	sí		Riego
Aguacate (*Persea spp.)*	Sí	sí		Temporal
Cebolla (*Allium cepa sp*)	Sí	sí		Riego
Acelga (*Beta vulgaris var. Cicla*)	Sí	sí		Riego
Espinaca (*Spinacia oleracea*)	Sí	sí		Riego
Nopal (*Opuntia, spp*)	Sí	sí		Temporal
Brócoli (*Brassica oleracea italica*)	Sí	sí		Riego
Col (*Brassica oleracea var. Viridis*)	Sí	sí		Riego

Betabel (*Beta vulgaris*)	Sí	sí		Riego
Huaje *(Leucaena leucocephala sp*)	Sí	sí		
Especias	Sí			
Pitiona (*Lippia alba sp*)	Sí	no	Condimento y Medicinal	Riego
Hierba buena (*Mentha spicata sp*)	Sí	no	Condimento y Medicinal	Riego
Hierba Santa (*Piper auritum sp*)	Sí	no	Condimento y Medicinal	Riego
Albahaca (*Ocimum basilicum*)	Sí	no	Condimento y Medicinal	Riego
Orégano (*Origanum vulgare*)	Sí	no	Condimento y Medicinal	Riego
Tomillo (*género Thymus*).	Sí	no	Condimento y Medicinal	Riego
Frutos				
Limón (*Citrus aurontifolia*)	sí	sí		Riego
Níspero (*Eriobotrya japónica*)	sí	sí		Temporal
Guayaba (*Terminalia chiriquinsis*)	sí	sí		Temporal
Maracuyá (*Passiflora edulis*)	sí	sí		Temporal
Ciruela (*Spondias purpurea*)	sí	sí		Temporal
Pitajaya roja (*Hylocereus undatus*)	sí	sí		Temporal
Nanche amarilla (*Byrsonima crassifolia*)	sí	sí	Venta en dulce y frescos	Temporal

Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos en el trabajo de campo.

Se tienen diferenciados a 6 individuos que son productores e intermediarios y 4 propios, los cuales, demuestran conocer las prácticas y técnicas de cultivo; Por un lado, algunos se apegan a lograr un sistema de producción orgánico, mientras que otros emplean productos químicos en algunas prácticas de cultivo.

Respecto a las labores de cultivo, para los casos más destacados como es la selección de la semilla, la preparación del terreno, el deshierbe, y el abonado se tiene que: 2 de 10 personas realizan la selección de semilla dentro de su propio huerto, seleccionando las de

mejor porte, mientras que el resto la adquiere en el mercado local, desconociendo su real procedencia; a su vez por la superficie cultivada, que corresponde a un promedio de 500m^2, 9 de 10 personas ocupan el tractor para facilitar la preparación del terreno; 5 de 10 participantes mencionan que el deshierbe es manual, se entiende que los demás hacen uso de productos químicos (herbicidas) para eliminar las malezas; 4 de 10 personas ocupan abono de animales que son criados dentro de este sistema agrícola, mientras que los demás ocupan el mismo tipo de abono a diferencia que lo tiene que comprar; así mismo para el caso del riego 4 de 6 tienen sistema de riego, por lo que la diferencia tiene que realizar el riego de forma manual.

Para la realización de las prácticas de cultivo, la familia se organiza, de manera que se puedan reducir gastos de mano de obra dentro del huerto, Cuadro 2.

Cuadro 2. Organización de actividades dentro de la familia.

Actividad	**Encargado**	**Edades**
Selección de insumos (semillas, abono)	Hijo	28
Preparación del terreno	Esposo e hijo	60 y 28
Preparación de Almácigos	Esposo e hijo	60 y 28
Siembra y trasplante	Esposo e hijo	28, 60
Deshierbe	Esposo e hijo	60 y 28
Riego	Hijo	60 y 28
Fertilización y Abonado	Esposo e hijo	60 y 28
Cosecha	Hijo	60 y 28
Comercialización	Hijo y nuera	28 y 28

Conclusiones

Los resultados muestran la necesidad de una propuesta para impulsar las actividades agrícolas, se tiene el conocimiento de cómo desarrollar el trabajo productivo de un huerto, lo cual es algo muy positivo, pero por otro lado resulta muy difícil hablar de alcanzar la seguridad alimentaria a partir del huerto familiar, pues la actividad del huerto no es la única actividad que genera ingresos en la familia, es decir esta es una actividad secundaria, pero sí contribuye al ingreso familiar y por ende coadyuva a la seguridad alimentaria de la familia. Así los huertos que emplean sistemas orgánicos, están contribuyendo al desarrollo sustentable, que si bien es cierto, es una de las preocupaciones actuales, cuidar el medio ambiente, siendo quizás por razones económicas, culturales o sociales, pero lo que es cierto es que la seguridad alimentaria para las familias que tienen su huerto en la Villa de Zaachila puede ser a partir del huerto si se llega a tener una organización, capacitación, e interés en compartir conocimientos e impulsar las actividades agrícolas como fuente de alimentos.

Se ha llegado a pensar también que los huertos familiares en esta Villa se ven amenazados con el crecimiento poblacional, que particularmente en los terrenos ejidales donde se ubican las parcelas de cultivo se ha ido poblando rápidamente y los terrenos se están fraccionando. Y muchos de los nuevos habitantes no tienen el mismo aprecio a la agricultura familiar.

Recomendaciones

La Villa de Zaachila se puede catalogar como un espacio semiurbano, la población ha ido creciendo y los terrenos de cultivo se han reducido por la creación de viviendas, sin embargo, se sabe que la agricultura es muy noble y se puede practicar en espacios reducidos, sólo se necesita de buena organización e intención. Pero no todas las personas que viven en esta Villa tienen espacio para cultivar, aunque tengan intención y conocimientos, por ello, se piensa en la posibilidad de crear un espacio con apoyo de las autoridades municipales destinado para un huerto comunitario, un espacio en donde las personas que no tengan estos espacios en casa puedan ir y cultivar sus hortalizas principalmente para su consumo. Así se recrean, y además se alimentan, ahorran y cuidan su salud. A manera de ejemplo de desarrollo, organización y bienestar comunitario se ha

hablado de “el buen vivir” (sumak kawsay), como una nueva condición de contractualidad política, jurídica y natural, ha empezado su recorrido en el horizonte de posibilidades humanas, y de la mano de los pueblos indígenas de Ecuador y Bolivia. Es éste un buen ejemplo de organización comunitaria.

Se pretenden organizar talleres participativos con niños, jóvenes estudiantes, además de los productores para que conozcan la importancia de los huertos como alternativa de seguridad alimentaria y de desarrollo, impulsando esta actividad también en el aspecto cultural, pues el huerto en sí, forma parte importante del desarrollo cultural de muchas familias, pues se practica por generaciones y los conocimientos son transmitidos de generación en generación.

Se espera que esta investigación sirva de antecedente para próximos investigadores interesados en continuar nuestra investigación, pues es un punto de partida para el arranque de propuestas en pro de alanzar la seguridad alimentaria a partir de un huerto con sistemas de producción orgánico, que permita ser amable con el medio ambiente, lo que a su vez dará como resultado un impulso en el desarrollo local y regional.

Bibliografía

Caballero, J. (1992). Homegardens: past, present and future. *Etnoecológica, Vol 1*((1)), pp. 5-54.

Cano, E. (20 de diciembre de 2016). Huertos Familiares: Un camino hacia la Soberanía Alimentaria. *Pueblos y Fronteras Digital, Vol 10* (20), pp. 70-91.

Dávalos, P. (2008). *Reflexiones sobre el sumak kawsay (el buen vivir) y las teorias del desarrollo.* Recuperado el 10 de junio de 2017, de CLAES: http://www.otrodesarrollo.com

De la Rosa, P. V. (2014). Los huertos familiares y la Seguridad Alimentaria de Cuilapam de Guerrero, Oaxaca, México. *Mexicana de Agroecosistemas* , pp. 40-51.

FAO. (1996). *El estado de la agricultura y la alimentación.* Roma: colección FAO.

Fernández, E. &. (1986). An evaluation of the structure and function of tropical homegardens. *Agricultural Systems, Vol 21*, pp. 279-310.

García, Y. (2010). *Etnobotánica de los huertos familiares del Distrito de Putla, Oaxaca, México.* Oaxaca, México: Tesis de Licenciatura en Biología de la Universidad Autónoma de México. .

González, A. (2007). Agroecosistemas mexicanos: pasado y presente. (U. d. Varsovia, Ed.) *Intinerarios, Vol 6*, pp. 55-80.

Hernández Ruíz, J. J. (2014). Uso antro´pcéntrico de especies vegetales en los solares de San Pedro Ixtlahuaca, Oaxaca, México. *Agroecosistemas*, 60-68.

Hernández, A. (2014). *Tesina: Huertos familiares una estrategia para la sustentabilidad y seguridad alimentaria: Aplicado a la comunidad de Santa María del Monte; Zinacatepec estado de México.* Universidad Autónoma del Estado de México. Faccultad de Planeacion Urbana y Regional. Licenciatura en Ciencias Ambientales.

Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la Investigación* (5 ed. ed.). México: Ed. McGRAW-HILL.

Hilago, F. (2011). Buen vivir, Sumak Kawsay: Aporte contrahegemónico del proceso andino. *Utopía y Praxis Latinoamericana, Vol: 16*((53)), pp.85-94.

Juan, J. (2013). *Los huertos familiares en una provincia del Subtrópico Méxicano, Análisis espacial, económico y sociocultural.* Estado de México: Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Geografía. Recuperado el 2 de julio de 2017, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1251/index.htm

Lope, D. &. (2012). The structure, composition and homegardens: focus on the Yucatán Penisula. *Etnoecológica, Vol 9*((1)), pp. 17-41.

Malinowski, B. (1957). L a Economía de un Sistema de Mercados en México. Un ensayo de etnografía cpntemporanea y cambio social en un valle mexicano. *Anthopológica, Vol 1*((2)).

Mariaca, R. (2012). *El huerto familiar del Sureste de México. Secretaria de Recursos Naturales Proteccion Ambiental del Estado de Tabasco.* El Colegio de la Frontera Sur.

Martínez, R. &. (2005). Los huertos: una estrategia para la Subsistencia de las familias campesinas. *En Anales de Antropología, Vol 39*((11)), 25-50.

Millat-e-Mustafa, M. (1996). *The ecology and management of traditional home gardens in Bangladesh.* Universidad de Gales.: Tesis dosctoral Inedita .

Moctezuma, S. (enero-marzo de 2010). Una aproximación al estudio del sistema agrícola de huertos desde la Antropología, Ciencia y Sociedad. *Redalyc. Ciencia y Sociedad, Vol 35* ((1)), pp. 47-69.

OIEDRUS. (2005). *OIEDRUS ZAACHILA.* Recuperado el 2 de diciembre de 2016, de http://www.OIEDRUS.OAXACA.com

Rivera, D. O. (2014). El huerto como repositorio de cultura y recursos genéticos, tradición e innovación. *Ambienta*, 107.

Ruppel, J. (1991). *International agricultural trade and food self.sufficiency.* (L. P. Boulder, Ed.) National and regional self-sufficiency goals: implications for international agriculture. .

Vásquez, M. &. (2012). Redefiniendo los huertos familiares de Oaxaca. *Etnoecología y Patrimonio Biocultural* , p. 132.133.

Vilamajó, D. G. (2017). Los huertos familiares como reservorios de recursos fitogenéticos, arbóreos y de patrimonio cultural en rayón, México y el volcán , Cuba. *Mexicana de Agroecosistemas, Vol 4* ((1)), pp. 1-11.

Vogl, R. ,. (2004). Tools and Mehotds for data collection in ethobotanical studies of homegardens. *Field Methods, Vol 3* ((16)), 285-306.

LA COMPETITIVIDAD EN LA INDUSTRIA DE LA CERVEZA ARTESANAL Y SU INCIDENCIA EN LA GENERACIÓN DE EMPLEOS EN EL ESTADO DE OAXACA.

Ana Luz Ramos-Soto
Margarito A. Martínez Cruz
Judith Arnaud Ríos
.

Resumen

Hoy en día, la producción de cerveza artesanal es una de las industrias más prometedoras a pesar de no ser de nueva creación, desde 2011 Rodríguez (2017) menciona que la producción de esta bebida ha tenido un crecimiento promedio de 4.3% cada año, es decir, hubo un incremento de 84.7 millones a 104 millones de hectolitros en 2016, por lo que se prevé que esta industria siga creciendo aunado al hecho que actualmente esta bebida se encuentra bien posicionada en el gusto del público, beneficiando no solo a la industria sino también a la localidad donde se desarrolla esta actividad en función de la creación de empleos directos e indirectos que se generan.

El presente estudio analiza el efecto que genera la competitividad de la industria de producción de cerveza artesanal con respecto a la creación o aumento de empleos y a su vez como impacta en el crecimiento económico en el estado de Oaxaca, ya que dicho estado cuenta con uno de los índices de rezago social más altos del país.

Palabras Clave: Competitividad, Empleo, Crecimiento Económico, Desarrollo regional.

Introducción.

En México existen múltiples empresas dedicadas a la producción de cerveza artesanal, según la Asociación Cervecera de la República Mexicana (ACERMEX, 2015) 42 son las empresas afiliadas que proceden de diversas partes de México. En el estado de Oaxaca se

crea la Asociación de Cerveceros de Oaxaca (ACEROAX) a mediados de 2016 con el fin de sumar esfuerzos para sacar adelante la industria cervecera del estado.

En la actualidad no se cuenta con datos suficientes por parte del Instituto Nacional de Estadística Geografía (INEGI) respecto a la presencia de productores de cerveza artesanal en el estado de Oaxaca, ya que en su mayoría son de nueva creación y no sobrepasan los cinco años de vida productiva, por lo que el INEGI aún no ha podido cuantificar ni cualificar información al respecto, puesto que los censos son aplicados cada determinado tiempo y no anualmente; sin embargo, la información concentrada en este trabajo fue recabada a través de entrevistas que se realizaron a los microcerveceros oaxaqueños y al Presidente de la ACEROAX, el Licenciado Gregorio Manzano Barranco (2017) , además de las entrevistas también se utilizó un cuestionario que nos permitió caracterizar a cada una de las empresas de cervezas las cuales se encuentran dentro del estado de Oaxaca, también se pudo observar los procesos de producción, un estimado de la cantidad de litros producidos mensualmente, el número de trabajadores y datos generales de cada una de ellas.

Planteamiento del problema.

El Estado de Oaxaca no cuenta con industria y su economía gira en torno al turismo, resultando inadecuado que dicha economía dependa de manera importante de un solo rubro el cual es sumamente vulnerable ante las circunstancias sociopolíticas que ancestralmente vive la entidad, por lo tanto, es importante generar y promover otras fuentes de ingresos lo que apoya a la generación de fuentes de empleo.

A decir de (Ramos-Soto & Espinoza-López, 2015) uno de los principales problemas del empleo en estado de Oaxaca es que las personas al buscar empleos, encuentran que estos son mal remunerados por lo que les es imposible poder satisfacer sus necesidades más básicas, incorporándose así, a la creciente número de habitantes que están en situación de pobreza.

Para clarificar lo anterior, se considera que una persona se encuentra en situación de pobreza cuando carece con al menos uno de los indicadores que se engloban en el índice de rezago social de una localidad, el cual es medido en función al rezago

educativo, acceso a servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, servicios básicos en la vivienda y acceso a la alimentación, además de considerar también su ingreso y si este es insuficiente para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades alimentarias y no alimentarias, Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2015).

Oaxaca cuenta con 3, 967,889 habitantes lo que equivale al 3.3% del total del país. En 2015 ocupó el primer lugar en rezago social a nivel nacional según la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL, 2016), teniendo las siguientes cifras.

Tabla 1. Evolución de las carencias sociales, 2010-2015 (en porcentajes)

	Nacional	**Estatal**	
	2015	**2010**	**2015**
Rezago educativo	18.56	29.95	28.46
Carencia por acceso a los servicios de salud	16.68	44.28	16.97
Carencia por material de pisos en la vivienda	3.83	18.16	13.45
Carencia por material de muros en la vivienda	1.52	7.76	7.20
Carencia por material de techos de la vivienda	1.60	1.96	1.19
Carencia por hacinamiento en la vivienda	9.66	21.29	17.36
Carencia por acceso al agua entubada en la vivienda	5.37	29.45	13.06
Carencia por servicio de drenaje en la vivienda	7.93	33.22	26.74
Carencia por servicio de electricidad en la vivienda	0.95	5.06	2.88

Fuente: Elaboración propia con datos de (CONEVAL, 2015) y (SEDESOL, 2016)

Aunque el Informe Anual sobre la Situación de Pobreza y Rezago Social en Oaxaca, muestra que, en algunos de los indicadores existe una reducción, pero es evidente que si se comparan con los porcentajes nacionales queda un mucho trabajo por hacer.

En 2016 el número de trabajadores afiliados al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) incrementó en 18.7 mil personas, lo que nos indica que esta cantidad de personas se han incorporado al sector formal laboral, además en el mismo año se reportó 1.7 millones de trabajadores los cuales pertenecen principalmente al sector agrícola y comercial.

Tabla 2. Personal ocupado 2016

Concepto	**Oaxaca**	**Nacional**	**% Part.**
	Total (A)	Total (B)	A/B
Total PEA Ocupada	1,686,525	52,123,674	3.2%
Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	539,014	6,920,547	7.8%
Industria extractiva y de la electricidad	7,125	379,300	1.9%
Industria manufacturera	214,269	8,528,629	2.5%
Construcción	128,970	4,346,696	3.0%
Comercio	263,689	9,802,437	2.7%
Restaurantes y servicios de alojamiento	126,854	3,848,043	3.3%
Transportes, comunicaciones, correo y almacenamiento	65,381	2,647,569	2.5%
Servicios profesionales, financieros y corporativos	48,950	3,565,476	1.4%
Servicios sociales	113,465	4,170,171	2.7%
Servicios diversos	111,765	5,407,012	2.1%
Gobierno y organismos internacionales	63,690	2,217,975	2.9%
No especificado	3,353	289,819	1.2%

Fuente: INEGI, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, al cuarto trimestre de 2016.

En cuanto al comportamiento de las actividades económicas, el estado de Oaxaca obtuvo un Producto Interno Bruto (PIB) en 2016 por un monto de 287 mil millones de pesos, dicho monto se compone de la siguiente manera: Actividades Primarias 6%, Actividades Secundarias 25% y las Actividades Terciarias 69%. El estado de Oaxaca aportó el 1.5% del PIB nacional (Secretaría de Economía, 2016).

Al interior del estado de Oaxaca, se encuentran ubicadas múltiples empresas dedicadas a la producción de cerveza artesanal, también llamadas micro cervecerías y se dedican principalmente a la elaboración y distribución de su producto dentro del estado, con el fin de obtener un beneficio propio y brindar empleo a los pobladores de su municipio, ya sea de forma directa o indirecta, impulsando así el desarrollo regional.

Después de la entrevista realizada a 11 productores de cerveza artesanal en Oaxaca, los cuales están agremiados a la ACEROAX, se encontró que a pesar de que sus empresas son de relativa nueva creación, han logrado posicionarse satisfactoriamente a raíz del éxito de la cerveza artesanal en el mercado, además de formar alianzas estratégicas para adquisición de insumos lo que les ayuda a reducir costos de producción y eso se traduce en menos gastos, mayor producción y la necesidad de contratar a nuevo personal, por lo que con base a esto surge la siguiente incógnita:

¿Cómo incide la competitividad en la industria de producción de cerveza artesanal en la generación de empleos en el estado de Oaxaca y cuáles son los beneficios que esto conlleva?

Objetivo general: Analizar a la industria productora de cerveza artesanal y el impacto que su competitividad tiene en el desarrollo regional por medio de la generación de empleos en estado de Oaxaca.

Objetivos específicos:

- Elaborar un estudio socio-económico de los cuatro municipios de mayor influencia de producción de cerveza artesanal en estado de Oaxaca.
- Identificar los efectos en el desarrollo regional que tendrá la cerveza artesanal en estado de Oaxaca.

Hipótesis: El fomento de la competitividad en la industria de producción de cerveza artesanal impulsa el desarrollo regional a través de la generación de empleo en el estado de Oaxaca.

Marco Teórico.

Las evidencias más antiguas que se tienen de la cerveza datan aproximadamente de 6 000 años en Mesopotamia, en donde se repres

7000 A.C. (Contreras-Delgado & Ortega-Ridaura, 2005). A nivel mundial, la cerveza es una de las bebidas de más alto consumo ya que representa el 75% del mercado global de bebidas alcohólicas, Los principales productores de esta bebida son Australia, Bélgica, Alemania, Estados Unidos y Nueva Zelanda (Calvillo, 2017) pero no son los únicos, México es el cuarto productor de cerveza a nivel mundial y en 2016 fue el principal exportador, obteniendo ventas por 2,814 millones de dólares, generando así 55,000 empleos directos y 2.5 millones de empleos indirectos (Rebolledo, 2017). La producción de cerveza artesanal surge en Europa en los años 70 tratando de mantener el proceso tradicional y se han nombrado micro cervecerías, según la brewers association se les de esta manera a aquellas cervecerías que tienen una producción anual de 15,000 litros, además, para que a esta bebida se le pueda considerar artesanal, según la ley de la pureza alemana, debe estar elaborada únicamente con los cuatro ingredientes (Agua, lúpulo, levadura y malta) (González, 2017).

Dentro del sector de la cerveza artesanal se ha observado un crecimiento constante, se estima que en cuanto al gusto de la gente se refiere, en nuestro país el 53% prefieren cerveza industrial, el 14% cerveza artesanal y el resto lo tienen otras bebidas alcohólicas en menores porcentajes. Hablando del mercado de las cervezas y sus consumidores, Calvillo (2017) menciona que existen ciertos factores que frenan al mercado cervecero artesanal, uno de ellos es que la cerveza artesanal es más cara en comparación con la cerveza industrializada, esto se debe principalmente a tres factores: 1) La carga fiscal: en nuestro país el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) grava a todas las cervezas con el 26.5% sobre el precio de venta, por lo que, la cerveza industrial paga por dicho impuesto un aproximado de 3.50 pesos el litro, y la cerveza artesanal entre 10 y 12 pesos por litro; 2) Altos costos de producción: elaborar cerveza artesanal es más caro, cuesta aproximadamente $29.16 pesos por botella de 355 ml. contra los $12.41 pesos por botella del mismo volumen que les cuesta producir

a las empresas de cerveza industrializada aproximadamente, todo esto en función al volumen que trabaja una y otra, es decir, a mayor volumen, menor es el costo de fabricación y por ultimo c)Acceso a los insumos: la materia prima principal con la que se elabora la cerveza artesanal no se produce en México y si la hay, esta ya se encuentra comprometida con las grandes empresas de cerveza industrializada por lo que los cerveceros artesanales deben importarlas de otros países.

En el estado de Oaxaca, como ya se mencionó anteriormente, existen 11 micro cervecerías afiliadas a la ACEROAX, a las cuales se delimitó el campo de investigación y se localizan en los siguientes municipios:

Tabla 3. Concentrado de municipios con registro de producción de cerveza artesanal en estado de Oaxaca.

Municipios	**Cerveza Artesanal**
Oaxaca de Juárez	Teufel, Concejo Cervecero, The Beer Truck, Calenda, Black Devil, La Ingrata y 8 Regiones
San Jacinto Amilpas	Santa Helodia y La Juquileña
Zimatlán de Álvarez	Don Enrique
Tlalixtac de Cabrera	Tierra Blanca

Fuente: Elaboración propia con datos de (Anon., s.f.; Anon., s.f.)

Existen muchas otras micro cervecerías en el estado, pero a la fecha únicamente se ha podido tener contacto con las agremiadas a la ACEROAX; en pláticas con dichos productores y a pesar de que todos aplican un proceso de elaboración similar ya estandarizado, cada uno emplea sus propios conocimientos al elaborar sus cervezas lo cual es la base para darle ese toque original y sabor que caracteriza a cada una de las marcas.

Morales & Pech (2000) tratándose de empresas, definen a la competitividad como la capacidad para disponer de algún(os) atributo(s) que le permiten un desempeño empresarial superior y le otorga(n) cierto tipo de ventaja sobre sus competidores, gracias a la creación de productos de valor.

Para el World Economic Forum (WEF) (2017) la competitividad se define como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país, a su vez, el nivel de productividad va a determinar el nivel de progreso que una economía puede alcanzar; por lo tanto, mientras más competitiva es una economía, es más probablemente que rápidamente.

-Otero, et al. (2006) se refieren a la competitividad a un nivel micro como el incremento que tiene una empresa en sus capacidades. Esto es necesario en función de factores como la globalización de la competencia, el surgimiento de nuevos competidores, la especialización de la demanda, ciclos más cortos de producción, innovaciones radicales y métodos administrativos actualizados.

Entonces, podemos decir que la competitividad a un nivel empresarial, involucra a la capacidad de una empresa para producir bienes o servicios que contengan una diferencia con respecto a su competencia, reconociendo las necesidades que requieren tanto los mercados locales como los globalizados con eficacia y eficiencia, es decir, en la misma cantidad de tiempo con igual o menores recursos logrando obtener mayores ganancias, logrando elevar no solo los ingresos propios, también los de su población por medio de la generación de empleos, tomando en consideración a la competitividad no como una meta a alcanzar sino como el medio para llegar a un desarrollo económico equilibrado.

Por último, hay que tomar en consideración las observaciones que realizan Solleiro y Castañón (2002) con respecto a la relevancia que tiene el análisis de la competitividad, contemplándola como un ejercicio necesario para lograr identificar los mecanismos que formen empresas más competitivas, generando empleos mejor remunerados y estables, contribuyendo así al incremento los niveles de bienestar.

Alburquerque & Ocampo (2001) mencionan que el desarrollo económico de los países sigue siendo territorialmente concentrado e inequitativo, razón por la cual no ha sido posible aprovechar el potencial productivo de los distintos territorios, lo que constituye a su vez una de las causas de aumento de la pobreza, así pues, debemos entender al

desarrollo de una región o una economía como un concepto en evolución y este es proporcional al desarrollo y las necesidades que tenga su sociedad.

En teoría, a mayor crecimiento de la población, aumenta la demanda y es necesario satisfacerla incrementando la producción tanto en el área agrícola, industrial y de servicios; la tecnología cumple su parte otorgando innovaciones que permiten agilizar los procesos productivos.

Vázquez-Barquero (2007) indica que la teoría del desarrollo endógeno y los modelos de crecimiento endógeno aceptan que existen diferentes sendas de crecimiento de las economías en función de los recursos disponibles y de la capacidad de ahorro e inversión, que los rendimientos de los factores pueden ser crecientes, que el progreso tecnológico es endógeno en los procesos de crecimiento y que existe un espacio para las políticas de desarrollo industrial y regional.

De acuerdo con (Miguel, et al., 2013) se dice que el desarrollo regional es el proceso que afecta a determinadas partes de un país, las cuales reciben el nombre de regiones; y que permite a una nación, a la región, a las comunidades y a los individuos residentes en ellas, el logro de un bienestar social óptimo alcanzado con criterios técnicamente posibles, económicamente viables, socialmente aceptables, y ambientalmente adaptables. Para d
económico de los municipios manejados con anterioridad para comparar, con información obtenida de (INEGI, 2014) e (INEGI, 2015) el grado de desarrollo logrado, por medio del bienestar económico de su población; para su creación se analizaron las siguientes variables:

- Municipios, únicamente se contemplan los cuatro en donde se ubicaron empresas productoras de cerveza artesanal, indicando el total de habitantes, desglosándose posteriormente el porcentaje de masculinos, femeninos y de habla indígena.
- Trabajo, que abarca la población económicamente activa a partir de los 12 años de edad (PEA) y la inactiva (PEI).
- Viviendas, que describe la cantidad de viviendas habitadas en los municipios.

- Salud, determinada por el acceso que tengan los ciudadanos a alguno de los servicios existentes.
-

dicho servicio y, sobre todo, que se encuentran dentro del área educativa desde los 3 a los 24 años de edad.

- Servicios básicos, contemplándose el acceso a agua potable, electricidad y drenaje; dividiéndolo en dos, con y sin acceso a estos servicios.
- La marginación de su población.
- El porcentaje de migración existente, ya sea interno o externo.

Tabla 4. Estimados obtenidos de encuesta Intercensal concerniente a los cuatro municipios muestra

Municipios	Población				Trabajo		Indicadores de Carencias Sociales						Marginación	Migración
	Total	Masculino	Femenino	Habla Indígena	PEA	PEI	Vivienda	Salud	Educación		Servicios Básicos			
					12 años y mas	12 años y mas			3 a 24 años	Analfabetismo	Con acceso	Sin acceso		
Oaxaca de Juárez	264,251	45.40%	54.60%	8.09%	116,220	99,062	69,276	74.20%	80.90%	3.02%	88.16%	11.84%	-1.06434	2.78%
San Jacinto Amilpas	13,860	47.48%	52.52%	6.87%	3,899	3,231	2,185	76.15%	43.31%	3.21%	98.88%	1.12%	-1.21793	-1.75858
Zimatlán de Álvarez	19,215	46.15%	53.85%	3.67%	6,126	7,361	4,144	78.48%	52.83%	8.64%	86.04%	13.96%	0.18613	-
Tlalixtac de Cabrera	10,208	47.28%	52.72%	11.54%	3,559	3,645	2,232	68.79%	55.05%	7.26%	92.42%	7.58%	-0.39979	-

Fuente: elaboración propia con datos de (INEGI, 2014) e (INEGI, 2015)

Aquí se puede observar que el municipio con mayor población es Oaxaca de Juárez, sin embargo, a pesar de su alto número de habitantes llama la atención que, a pesar de ser una zona conurbada, lo concerniente a la calidad de vida de sus ciudadanos es muy baja, por otro lado el bajo porcentaje de acceso a los servicios de salud, la marginación y el analfabetismo que presentan índices muy elevados en el resto de municipios es preocupante ya que no son municipios de difícil acceso y quedan a escasos minutos del centro de la ciudad.

Metodología.

El presente artículo de investigación, se centra en el estudio de la competitividad de las empresas productoras de cerveza artesanal y su incidencia en la generación de empleos, que sigue la línea de investigación actualmente realizada en un protocolo de investigación del Doctorado en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico del ITO, tomando como área geográfica de análisis el estado de Oaxaca y logrando ubicar las entidades que cuentan con productores de cerveza art

7 distritos

político administrativos en los que se localizan cuatro de los municipios más relevantes

que fungieron para el desarrollo del trabajo, en dichos municipios se encuentran localizadas las 11 cerveceras artesanales que conforman la ACEROAX, para la realización de este trabajo y para la elaboración del ejercicio de indicadores que se acompaña se utilizó la siguiente metodología:

- Análisis del instrumento: datos e información.
- Entrevistas tanto con los agremiados como con el presidente de dicha asociación
- Las variables planteadas son: Competitividad, Empleo, Crecimiento Económico, Desarrollo regional.

Competitividad: De acuerdo con el modelo de competencia perfecta, una empresa es competitiva cuando su costo promedio no excede el precio de mercado de su oferta de producto.

Empleo: Cantidad de empleos generados (Inserción laboral del recurso humano formado), considerando empleos formales bien remunerados.

Crecimiento Económico: por medio de indicadores económicos y observando el incremento en los estándares de vida de la población en una región a consecuencia de este incremento.

Desarrollo Regional: por medio de un estudio socio económico realizado sobre la población de la muestra establecida, estando compuesto por el total de población en general, por género, la población económicamente activa (PEA) y la no económicamente activa (PEI), vivienda, salud, educación, analfabetismo, servicios básicos, marginación y migración.

Ilustración 1. Oaxaca en el contexto laboral nacional, indicadores laborales.

Concepto	Nacional			Oaxaca			Participación
	Total (A)	Hombres (%)	Mujeres (%)	Total (B)	Hombres (%)	Mujeres (%)	B/A (%)
Población total (PT)	**123,675,351**	**48.3**	**51.7**	**4,064,526**	**47.5**	**52.5**	**3.3**
Población menor de 15 años (Menores)	**32,162,789**	51.1	48.9	***1,132,621***	50.9	49.1	3.5
Población en edad de trabajar (PET)	**91,512,562**	47.4	52.6	***2,931,905***	46.2	53.8	3.2
Población Económicamente Inactiva (PEI)	37,142,647	25.9	74.1	1,221,029	26.7	73.3	3.3
Población Económicamente Activa (PEA)	54,369,915	62.0	38.0	1,710,876	60.1	39.9	3.1
Ocupados	52,438,646	62.1	37.9	1,673,848	60.2	39.8	3.2
Desocupados	1,931,269	59.9	40.1	37,028	59.7	40.3	1.9
Tasas laborales (por cientos)							
Tasa neta de participación, TNP (PEA/PET)	59.4	77.8	42.9	58.4	75.9	43.2	
Tasa de desocupación, TDA (Desocupados/PEA)	3.6	3.4	3.8	2.2	2.1	2.2	
Tasa de desocupación jovénes (15 a 29 años)	6.5	5.9	7.5	4.2	3.8	4.8	
Tasa de Informalidad Laboral	57.2	57.0	57.5	81.5	82.2	80.4	

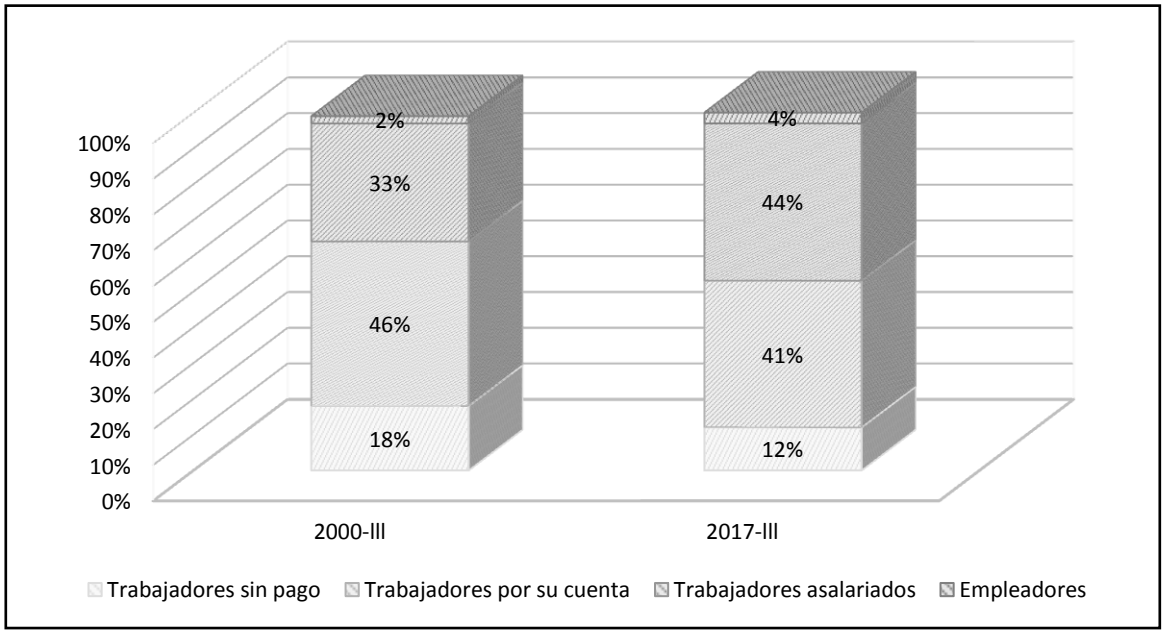
FUENTE: STPS-INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo.

Ilustración 2. Población Tercer trimestre 2017 (Personas)

Concepto	Nacional	Oaxaca	Periodo
Trabajadores Asegurados en el IMSS (número)	19,418,455	215,101	**Diciembre 2017**
Tasa de Desocupación (por ciento) 1/	3.4	2.2	**Noviembre 2017**
Conflictividad colectiva laboral en la Juridicción Federal			
Emplazamientos a Huelga (número) 2/	6,977	301	**Enero- Diciembre 2017**
Huelgas Estalladas (número)	1	--	**Enero- Diciembre 2017**
Incremento salarial contractual real promedio en la Jurisdicción Federal (por ciento)	-1.71	--	**Diciembre 2017**
Salario asociado a trabajadores asegurados en el IMSS			**Noviembre 2017**
Diario	333.0	267.4	
Mensual	10,123.5	8,129.3	
Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo, PROFEDET (número de asuntos resueltos a favor de los trabajadores)			**Enero-Noviembre 2017**
Asesorías	132,778	1,087	
Conciliaciones	6,631	44	
Juicios	14,946	200	
Amparos	641	0	
Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, INFONACOT			**Enero-Diciembre 2017**
Trabajadores con crédito(s) ejercido(s) (número)			
Total	***1,030,174***	***13,298***	
Hombres	639,006	8,605	
Mujeres	391,168	4,693	
Importe de los créditos ejercidos (miles de pesos)			
Total	***16,598,055***	***207,706***	
Hombres	10,914,077	134,155	
Mujeres	5,683,977	73,551	

1/ A partir de octubre de 2014, es con base en la población de 15 años y más. La Tasa de Desocupación estatal corresponde al promedio del periodo de septiembre a noviembre de 2017.
2/ El total nacional contempla 625 emplazamientos a huelga en más de una entidad federativa.
FUENTES: INEGI; STPS; IMSS; CONASAMI; PROFEDET; e INFONACOT.

Ilustración 3. Ocupación por posición en el trabajo.



Fuente: Elaboración propia con datos de Subsecretaría de empleo y productividad laboral(2018)

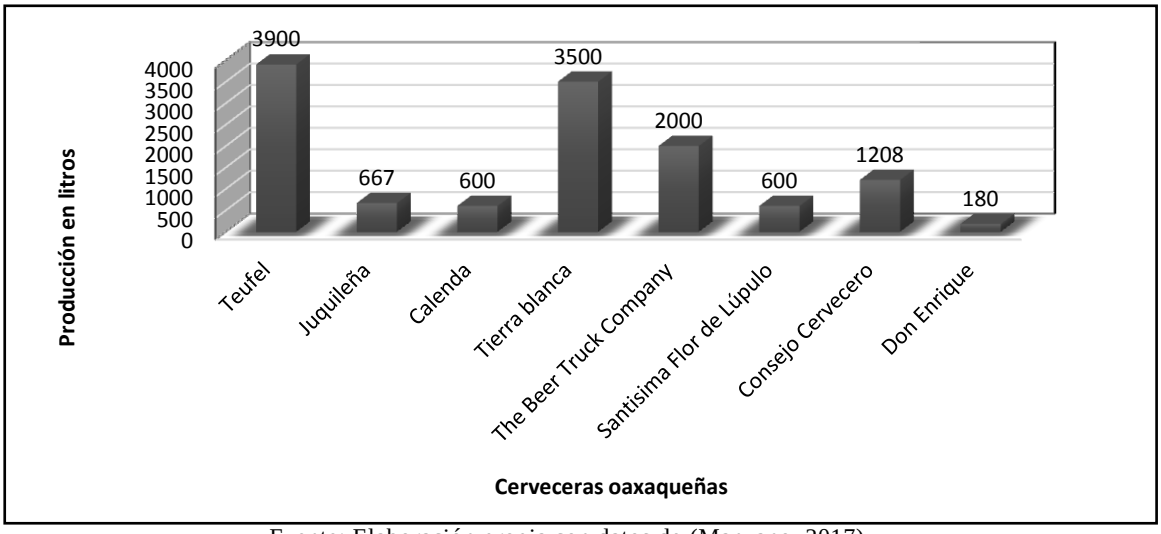
Análisis de los datos.

Se realizó un análisis descriptivo con los datos recabados de las entrevistas realizadas tanto a los miembros de la Asociación de Cerveceros de Oaxaca como al Presidente de dicha Asociación, se integró un expediente en donde se organizó la información por empresa, datos generales, producción anual y los lugares donde comercializan su producto dentro del estado.

Ilustración 4. Empleos generados por la industria de la Cerveza Artesanal

Fuente: Elaboración propia con datos de (Manzano, 2017)

Ilustración 5. Litros mensuales producidos por empersas cerveceras artesanales de la Región de Valles centrales, Oaxaca.



Fuente: Elaboración propia con datos de (Manzano, 2017)

Resultados.

Los resultados que se obtuvieron tanto con este estudio como en las entrevistas realizadas a los productores de cerveza artesanal del estado de Oaxaca, muestran la problemática a la que se enfrentan actualmente dichos productores, además de los ya mencionados, también se reveló que más de la mitad de los productores que están establecidos en el estado de Oaxaca y no se encuentran agremiados a la ACERMEX están en la informalidad, esto es debido a que les resulta muy difícil volverse formales ya que requieren de más recursos financieros para entrar en la formalidad, de este modo no hay organismo que los regule y su producto final tiende a no ser homogéneo entre lote y lote lo que de manera indirecta también perjudica a los productores formales en función de crear un mal concepto de la cerveza artesanal oaxaqueña.

Se encontró que el impacto que tiene una empresa de cerveza artesanal al desarrollo regional en el estado de Oaxaca, se da mediante la creación de cinco empleos directos en promedio por empresa y alrededor de 110 empleos indirectos como mínimo desde la obtención de materias primas hasta la distribución y venta del producto terminado en la industria de cerveza artesanal, por lo que, se puede contemplar el impacto que tiene en el desarrollo regional por medio de la generación de empleos.

Conclusiones.

La información recabada a lo largo de esta investigación así como los resultados obtenidos, retratan la situación que vive el estado de Oaxaca, ya que al no contar con industria y su economía ha girado en torno al turismo y los comercios que interactúan con él, resulta inadecuado que se dependa de manera importante de un solo rubro, el cual es sumamente vulnerable ante las circunstancias sociopolíticas que ancestralmente vive el estado, se tiene la necesidad de generar y promover otras fuentes de ingresos como la creación de empleos en condiciones aceptables que le permita a la población alcanzar los nivel de bienestar tanto personales como familiares, se contempla que la industria de cerveza artesanal la cual está teniendo un crecimiento sostenido, genere empleos que permitan impulsar la economía no solo para ese sector, si no también, a nivel regional para su desarrollo.

Podemos entonces concluir que la capacidad que tiene el estado de Oaxaca para generar empleos productivos respecto al crecimiento poblacional es insuficiente, esto se puede percibir en función de las cifras que se tienen de la población en edad de laborar pero que se encuentra en uno de los dos supuestos: se encuentra efectivamente inactiva o pertenecen al sector informal y eso se puede advertir ya que no están registradas en alguno de los servicios de salud.

Por lo tanto, se tiene la oportunidad con una industria como la cervecera artesanal que se encuentra en desarrollo la cual permite generar una importante cantidad de empleos ya sean directos o indirectos productivos, entendiendo que, si se mejora la productividad, la competitividad tiene un realce y por ende hay un crecimiento económico y un desarrollo regional.

Es así como se da respuesta a la pregunta de investigación ¿Cómo incide la competitividad en la industria de producción de cerveza artesanal en la generación de empleos en el estado de Oaxaca y cuáles son los beneficios que esto conlleva? apoyándose de la teoría de (Morales & Pech, 2000) y (Solleiro & Castañón, 2002) los cuales recalcan la importancia de la generación de empleos productivos y estables con una mejor remuneración, los cuales fomenten la elevación real de los niveles y la calidad de vida de la población.

Bibliografía

Calvillo, E., 2017. *Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.*. [En línea]
Available at: https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/consumer-business/articles/cerveza-artesanal.html
[Último acceso: Agosto 2017].

CONEVAL, 2015. [En línea]
Available at: http://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Pobreza-municipal.aspx
[Último acceso: Octubre 2017].

Contreras-Delgado, C. & Ortega-Ridaura, I., 2005. *Bebidas y regiones: Historia e impacto de la cultura etílica en México.* 1ª ed. México, D.F.: Plaza y Valdés, S.A. de C.V..

Alburquerque, F. & Ocampo, J. A., 2001. *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina, Análisis comparativo,* Santiago: s.n.

ACERMEX, 2015. [En línea]
Available at: http://acermex.org/afiliados/
[Último acceso: Septiembre 2016].

-
. , Junio.Issue 74.

González, M. R., 2017. *Principios de Elaboración de las Cervezas Artesanales.* 1ª ed. Morrisville(North Carolina): Lulu Enterprises. – Lulu Press Inc..

INEGI, 2014. , Oaxaca: s.n.

INEGI, 2015. *Encuensta intercensal,* Oaxaca: s.n.

Manzano, G., 2017. *Industria Cervecera en el estado de Oaxaca* [Entrevista] (20 Junio 2017).

Miguel, A. E., Torres, J. C. & Maldonado, P., 2013. *Un maravilloso recorrido con la ciencia regional.* ..

Morales, M. A. & Pech, J. L., 2000. Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado enlos recursos. *Contaduría y Administración-UNAM,* Issue 197.

Ramos-Soto, A. L. & Espinoza-López, O., 2015. *Pobreza y Movilidad Laboral en el Estado de Oaxaca, México.* Cuernavaca(Morelos): s.n.

Rebolledo, R. A., 2017. *Periódico El Economista S.A. de C.V..* [En línea]
Available at: https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Mexico-una-potencia-en-

cervezas-artesanales--20170617-0016.html
[Último acceso: Agosto 2017].

Rodríguez, M. A., 2017. *Periódico El Economista S.A. de C.V.*. [En línea]
Available at: https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Cerveza-artesanal-potencia-al-mercado-20170803-0051.html
[Último acceso: septiembre 2017].

Secretaría de Economía, 2016. [En línea]
Available at:
http://mim.promexico.gob.mx/work/models/mim/Documentos/PDF/mim/FE_OAXACA_vf.pdf

SEDESOL, 2016. *Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social,* Ciudad de México: s.n.

SEPL, 2018. , *Enero 2018,* Oaxaca: s.n.

Solleiro, J. L. & Castañón, R., 2002. Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Innovación y Sociedad,* septiembre-diciembre, Issue 4, pp. 165-197.

Vázquez-Barquero, A., 2007. Desarrollo endógeno. Teorías y politicas de desarrollo territorial. *Investigaciones Regionales,* Issue 11, pp. 183-210.

World Economic Forum, 2017. *The Global Competitiveness Report 2017–2018.* s.l., s.n., p. 393.

ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO DE LA CADENA FORESTAL: EL CASO DE LA EMPRESA FORESTAL MADERABLE EN OAXACA

Jessica Sabina Hernández Cruz
Juan Regino Maldonado

Resumen

La industria forestal en México y en especial la producción de madera no son consideradas competitivas a nivel internacional. De acuerdo con el Banco Mundial los costos de producción son altos, el manejo de los bosques es ineficiente y la falta de infraestructura hace que gran parte de la madera permanezca sin aprovecharse; solo el 30% de los bosques son accesibles para aprovecharse. La industria forestal en Oaxaca se desarrolla dentro de las empresas comunitarias y empresas privadas. El estudio analizó los costos de producción en el eslabón aserrío de la empresa forestal maderable de S. de R. L. de C. V. en Santa María Coyotepec de la región de los Valles Centrales de Oaxaca. La empresa cuenta con una capacidad instalada de 13 millares pies tabla por turno, participa en tres eslabones de la cadena de valor forestal desarrollada para Oaxaca por Anta (2016). Los costos fueron analizados mediante la metodología del valor financiero verde en el periodo de Enero–Junio 2017. Los mayores costos de producción en el aserrío se presentaron en la adquisición de materiales y servicios, por la compra de materia prima (89%). Se obtuvo la rentabilidad (26 %) y la relación costo-beneficio de la empresa (C/B = 1.26). Al comparar la rentabilidad en el aserrío de la empresa forestal maderable privada (EFPs), con la reportada en empresas forestales comunitarias (EFCs) se concluye que las EFCs son más rentables que las EFPs.

Palabras clave: industria forestal, costo-beneficio, aserrío.

Introducción

Planteamiento del problema: En México se han estado generado presiones sobre los recursos forestales (aprovechamiento no sustentable), con la finalidad de abastecer la demanda internacional de productos primarios. Hay pocos indicios de que la tendencia explotadora (deforestación y degradación) de los recursos esté cambiando y México no es la excepción. De acuerdo con la Conafor (2013), durante el periodo 1990-2010, México logró desacelerar la pérdida de la cubierta forestal; Durante el período 2000-2005 la tasa de deforestación disminuyó de 0.35 % al período 2005-2010 a 0.24 %. A lo anterior Barton y Merino (2004) afirman que con la incorporación de México al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y de Comercio (GATT) en 1986, y con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en enero de 1994, las presiones sobre los recursos forestales se han intensificado. Destacan su deterioro en México, el cual no se adjudica únicamente al libre comercio, pues existen causas que rebasan los intercambios comerciales como son los malos planes de gestión forestal, crecimiento de la mancha urbana, extensión de tierras agrícolas y ganaderas, y la tala clandestina.

En el TLCAN y otros tratados comerciales, se obtuvieron relaciones de intercambio inequitativas para México en el sector forestal evidenciado las grandes asimetrías con sus socios comerciales en la producción, infraestructura, dotación de recursos, dotación de especies y la accesibilidad. Los tratados acentuaron las diferencias en la producción maderable mexicana, debido a la competencia de precios. Han puesto de manifiesto la falta de competitividad del sector, reflejándose en la baja participación de los productos nacionales en el mercado internacional y el aumento de las importaciones. Resultado de la baja competitividad, se presentó un incremento en el déficit de la balanza comercial forestal en 2011 (5 791 millones de dólares), y en la de productos maderables (964 millones de dólares) (Semarnat, 2013).

El análisis del trabajo cobra relevancia ante un panorama donde se prevé que la cubierta forestal en Latino América siga disminuyendo de 964 millones de hectáreas en 2002 a 881 millones en 2020 (FAO, 2006), y en un contexto caracterizado por el libre comercio y la integración económica para el intercambio entre mercados a diferentes escalas. Donde la estrategia competitiva adoptada por algunas empresas de Latino América que actualmente

son competitivas en mercado internacional de productos forestales como Brasil y Chile es la integración horizontal con diferentes tipos de industria en detrimento de la integración vertical bosque-industria, como lo hacen las empresas forestales comunitarias de Oaxaca. La silvicultura y las actividades de la industria forestal son básicas para la mayoría de los países del mundo. En algunas regiones se pone atención en la conservación de los montes para proteger de la destrucción tierras y medio ambiente con plantaciones primarias, y en otras regiones se inclinan por la extensión de plantaciones comerciales de árboles secundarios para satisfacer las necesidades futuras (FAO, 1980). En ese sentido las tierras emergen como un activo fundamental para diversos tipos de inversionistas. La estrategia de las industrias de Brasil y Chile se orientó a la producción de madera proveniente de árboles plantados en sustitución de madera de árboles naturales, particularmente de los tropicales. Ambos países promovieron incentivos fiscales a las plantaciones secundarias e implementaron estrategias de atracción de inversión extranjera directa al sector forestal (FAO, 2006).

En un mundo cada día más competitivo en todos los aspectos, las empresas forestales tienen que buscar la forma de al menos mantenerse en él mercado (García et al., 2017). El mercado mundial de la madera aserrada es cada vez más abierto y competitivo. El proceso de aserrío se considera uno de los más importantes de la industria en México (Zavala y Hernández, 2000). En un análisis realizado por Anta (2016), sobre el comportamiento de la producción forestal en Oaxaca en los últimos 14 años, encuentra que este ha sido cíclico, con periodos altos y bajos, dependen principalmente del entorno social, político y económico del estado, el cual, dicho comportamiento responde a los diferentes cambios que se han dado a nivel de la política forestal sexenal.

La madera aserrada es uno de los productos más importantes dentro de la industria forestal, los costos de producción de madera aserrada representan la suma total de los gastos incurridos para convertir la materia prima (trocería) en un producto acabado (madera aserrada) (INIFAP, 2013). La permanencia y en su caso, la competitividad de la industria del aserrío necesita analizar de forma sistemática, continua los procesos y costos de producción. El objetivo de este trabajo es cuantificar y analizar principalmente la estructura de costos incurridos en el proceso de producción de madera aserrada, obtener la

rentabilidad y la relación costo-beneficio en la empresa forestal maderable, lo que contribuirá en la toma de decisiones.

Marco teórico

Recurso forestal

México cuenta con alrededor de 65 millones de hectáreas de cobertura boscosa que representan alrededor de 33% del territorio nacional. Del total de hectáreas de cobertura boscosa 95% son bosques naturales (53% primarios y 42% secundarios), y sólo 5% son bosques plantados (FAO, 2010). Así mismo, del total de cobertura boscosa alrededor de 60% son propiedad social (tierra en ejido y tierra comunal), en el que viven alrededor de 12 millones de personas, de las cuales alrededor de 55% se encuentran en extrema pobreza (Cubbage et al., 2013). Con respecto a Oaxaca, este comprende una superficie aproximada de 9.3 millones de hectáreas, que representan el 4.8% de la superficie total del país, y lo ubica como el quinto estado más grande del territorio nacional. De la extensión total de la entidad, el 36% corresponde a bosques (3’348,000 ha) y el 28% a selvas (2’604,000 ha). Según el INEGI (2011) la entidad cuenta principalmente con bosque de coníferas y latifoliadas, le siguen selva caducifolia y subcaducifolia, después la selva perennifolia y subperennifolia, y finalmente pastizal.

En cuanto a la producción forestal maderable, en el 2000, México registró 9.4 millones de metros cúbicos rollo (m^3-r), y para 2009 registró una producción de 5.8 millones de m^3-r. Es decir, disminuyó la producción en un 38% durante dicho periodo (Semarnat, 2011). En 2009, de la producción total maderable, 5 estados destacaron: Durango, (30%); Chihuahua (17.8%); Michoacán (10.7%); Oaxaca (7.1%), y Jalisco (5.6%). En conjunto contribuyeron con el 71.1% de la producción total del país, equivalente a 4.1 millones de m^3-r. El 69.7% de la producción se destinó a madera para aserrío (4.0 millones de m3-r); 10.8% a productos celulósicos (628,000 m^3-r), y 19.5% a chapa, triplay, postes, pilotes, morillos y combustibles (1.1 millones de m^3-r) (Semarnat, 2011).

Índice de competitividad forestal 2014

El índice se enfoca en medir la competitividad forestal, entendida como la capacidad que tienen los bosques y sus habitantes para atraer y retener inversión, talento e incrementar su riqueza económica social y ambiental en el tiempo. Busca fortalecer las sinergias con otros actores fuera del sector y fungir como un sistema de seguimiento de los avances y retos en materia forestal. Cerca del 36% de la superficie forestal nacional se encuentra dentro de los estados con un nivel de competitividad bajo o medio-bajo. El 28.5% se ubica en un nivel medio, mientras que solamente el 35% de la superficie forestal cuenta con una competitividad alta o media-alta. Los tres estados que se encuentran en el grupo de alta competitividad son Coahuila, Chihuahua y Nuevo León. En competitividad medio-alto se encuentran Aguascalientes, Baja California Sur, Durango, Nayarit, Sonora, Tamaulipas y Tlaxcala. Los estados con competitividad media son Baja California, Campeche, Guanajuato, Jalisco, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa y Zacatecas. Los estados con competitividad media-baja son Colima, Distrito Federal, Estado de México, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Tabasco y Veracruz. Finalmente los estados con menor competitividad (baja) son Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Puebla, y Yucatán (IMCO, 2014).

La cadena de valor forestal

Fang y Zhou (2009) mencionan que la definición del concepto de cadena de valor rodea lo siguiente:

- Un sistema que involucra a un conjunto de empresas y actividades, lo anterior está en función de la demanda
- Aumento de la competitividad, relacionada con la reducción de costos, implementación de tecnología e incremento de la productividad
- Alianza estratégica de largo plazo con otras empresas. La cadena de valor lleva implícita la idea de valor agregado en cada fase o división de la cadena. Representa una realidad económica de articulación del conjunto de agentes involucrados en las actividades primarias de producción, industrialización, comercialización y consumo.

La finalidad de analizar la cadena de valor es conocer a detalle el funcionamiento de un proceso productivo desde el punto de vista tecnológico y económico, definir las posibilidades reales de mantener o generar competitividad sin desatender el cambio del entorno (Coursaris et al., 2008).

Los beneficios que se tienen al utilizar el enfoque de cadena valor son entre otros el hacer un detallado análisis de costos de producción, para compararlos con cadenas similares; considerar alternativas de aprovisionamiento y alternativas de abastecimiento a mercados; analizar el grado de dependencia de los agentes dedicados a la comercialización del producto y el impacto de las políticas económicas (Riisgaar et al., 2010).

Desde un punto de vista metodológico, la cadena de valor puede analizarse de manera cualitativa o cuantitativa. Cualitativamente a través de la descripción de los eslabones de la cadena de producción y actores presentes en cada uno de ellos, los procesos y de las transacciones que ocurren a lo largo de la cadena. Dicho análisis permite identificar restricciones y cuellos de botella, así como desafíos y oportunidades para el crecimiento y expansión de la cadena. Cuantitativamente permite profundizar sobre cómo y cuánto del valor final de un producto se genera en cada una de las distintas etapas de la cadena y permite evaluar cómo se distribuye el valor entre los distintos actores que participan en la cadena. Permite también cuantificar el impacto de los cuellos de botella, y por consiguiente tener una idea concreta de la importancia absoluta de los mismos a lo largo de la cadena (Di Giacomo y Patrizi, 2010).

La cadena de valor forestal representa la articulación de todos los actores involucrados en la producción, transformación y comercialización de un producto, desde la producción primaria pasando por diferentes niveles de transformación e intermediación, hasta el producto final, identificando proveedores de servicios técnicos, empresariales y financieros de la cadena. Se constituye como una herramienta fundamental de la gestión estratégica o de contabilidad de costos, utilizada para diagnosticar y mejorar la ventaja competitiva de la empresa (Donovan, J., et al., 2006; Fennelly y Cormican, 2006). Se considera también como una herramienta técnica participativa para el diagnóstico de un rubro e identificación de soluciones a los problemas que enfrenta el mismo (Villacorta, 2006). Tiene como objetivo maximizar la creación de valor mientras se minimizan los costos. Como

instrumento de decisión proporciona a los tomadores de decisiones información al categorizar las actividades que producen valor añadido e identifica las actividades que le generan una ventaja competitiva sustentable a la empresa (Arce y Calves 2008).

La creación de valor en los 80´s dependía principalmente de la reducción de costos, sin embargo, las empresas en los últimos años se centran en la integración del valor de la cadena completa para lograr reducir tiempos de salida del producto al mercado y obtener la satisfacción del cliente (Gereffi et al., 2005). Porter y Millar (1985) presentó el modelo de cadena de valor de la producción y las actividades relacionadas a la producción. Con el objetivo de crear valor y satisfacción de los clientes a través de la identificación y ejecución de actividades primarias y tareas de apoyo. Se identifican las etapas, eslabones de la cadena y las actividades interconectadas de la producción. Los bienes finales de cada una de las etapas, son un insumo para la siguiente etapa en la que se incrementa el valor, hasta la obtención del producto final. Sin embargo, se considera que la cadena de valor incluye otros elementos adicionales como los institucionales, relaciones entre empresas de un sector y con otros sectores, y la colocación del producto en el mercado (Dahlström y Ekins, 2007).

En este trabajo, la cadena de valor se ha desarrollado para responder a la necesidad que las empresas rurales tienen ante las exigencias de la demanda de productos con cierta calidad y precios competitivos. Por lo anterior, la cadena de valor se define como la red estratégica de actores independientes de una misma empresa, que actúan dentro de la misma cadena productiva. La red estratégica implica que estos actores estén dispuestos a colaborar para identificar objetivos, metas y estrategias comunes, compartir riesgos y beneficios e invertir tiempo y recursos en mantener estrechas relaciones comerciales (Dahlström y Ekins, 2007).

Actividades de la cadena de valor

Las actividades de valor de producción en una empresa se conforman por nueve actividades. Las primeras cinco son primarias las cuales van desde la creación física del producto hasta la comercialización y servicios (logística interior, operaciones, logística exterior, mercadotecnia, y ventas y servicios). Las siguientes cuatro actividades de apoyo (infraestructura de la empresa, gestión de recursos humanos, desarrollo tecnológico y

abastecimiento) (Porter y Millar, 1985). En ese sentido, la cadena de valor genérica está constituida por tres elementos básicos:

I. Las actividades primarias, son aquellas que tienen que ver con el desarrollo del producto, producción, logística y comercialización, y servicios de post-venta.
II. Las actividades de soporte se componen por la administración de los recursos humanos, compras de bienes y servicios, desarrollo tecnológico (telecomunicaciones, automatización, desarrollo de procesos e ingeniería e investigación), e infraestructura empresarial (finanzas, contabilidad, gerencia de calidad, relaciones públicas, asesoría legal, gerencia general).
III. El margen, diferencia entre valor total y costos totales para desempeñar las actividades generadoras de valor.

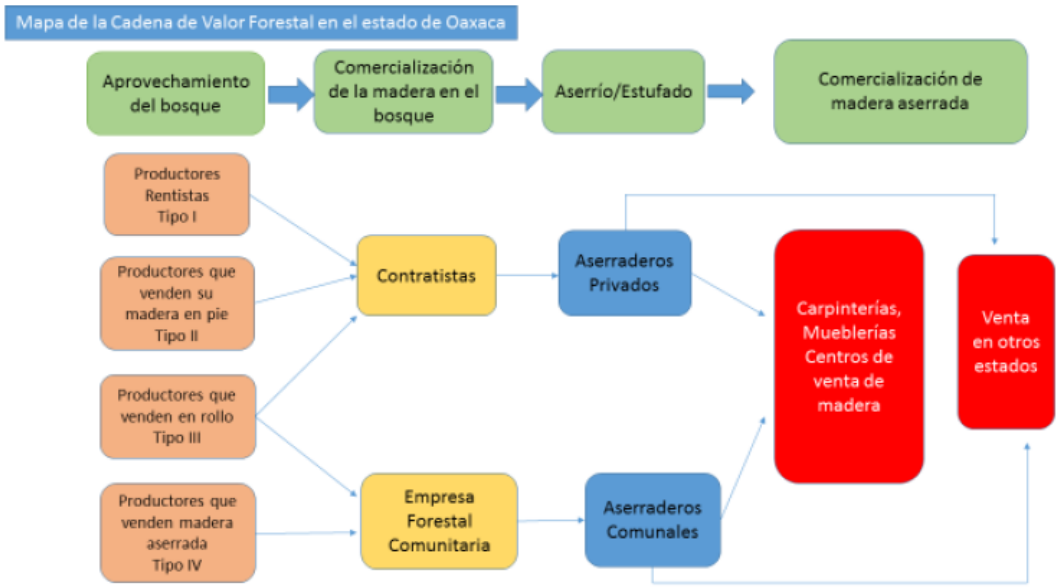
Cada empresa cuenta con cierta infraestructura, pero con las nueve actividades antes mencionadas, puede generar una ventaja competitiva. La cadena de valor es un sistema de actividades interdependientes, las cuales están conectadas por vínculos. Se crean los vínculos cuando se realiza una actividad que afecta al costo o eficiencia de la siguiente actividad, pero que en conjunto optimizan la operación. Por ejemplo, el diseño de producto y compra de materia prima pueden ser los más costosos en la fabricación de un producto, pero ambas actividades reducirán el costo de servicio de post venta, por conseguir adecuada funcionalidad y calidad del producto, reduciendo reclamos y devoluciones (Kippenberger, 1997).

La cadena de valor forestal

La cadena de valor forestal inicia desde el aprovechamiento del bosque por parte de los dueños de los predios forestales (sociales o privados), previa autorización de la actividad por parte de la Semarnat, hasta la comercialización de la madera (Anta, 2016) (Figura 1). En el caso de las comunidades forestales. Las comunidades tipo I cuentan con tierras y las rentan para producción de madera; las comunidades tipo II venden madera en pie y las de tipo III venden madera en rollo, algunas realizan el estufado de madera. En las

comunidades tipo I, II y III el empresario quien arrienda o quien compra la madera en pie, o en rollo realiza las actividades de extracción y transporte de la madera en rollo al aserradero. En el caso de algunas comunidades tipo III cuentan con una empresa forestal comunitaria (EFC), la cual se encarga de realizar las labores de extracción (derribo y troceo) y aserrío; algunas hasta el secado. En algunos casos también transportan el trozo a la comunidad o algún aserradero con el que hayan celebrado algún convenio de compra-venta de madera en rollo. En las comunidades tipo IV el proceso va desde la extracción hasta la obtención de productos terminados (muebles) y sub-productos (palos de escoba, etc.). La mayoría de las EFCs tipo IV cuentan con estufas de secado para agregar valor a la madera aserrada. Finalmente la madera aserrada y estufada se vende a compradores locales y nacionales (DF, Puebla, Veracruz y Yucatán).

Figura 1. Cadena de valor forestal en el estado de Oaxaca



Fuente: Anta (2016)

En Oaxaca se han llevado a cabo estudios financieros en empresas forestales comunitarias para determinados periodos anuales, en los que utilizan la metodología convencional para el análisis de indicadores financieros como la tasa interna de retorno y el valor actual neto (Vásquez-García et al., 2017). Sin embargo, este estudio utiliza una metodología sencilla y

simplificada y por tanto innovadora para análisis financiero en recursos forestales denominada valor financiero verde (*Green Value* por sus siglas en inglés), propuesta por Humpries y Holmes (2015). Se probó en tres EFCs de la Amazonía brasileña entre 2007 y 2008. En 2012 y 2013, *Earth Innovation Institute* desarrolló el proyecto "Fortaleciendo a las EFCs en la Amazonía" en Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador y el Perú, con el propósito de capacitarlas en el uso del valor financiero verde. Realizaron talleres con representantes de 11 organizaciones, 10 EFC y 4 productores familiares. Por lo anterior, el trabajo presenta en la Tabla 1 el modelo para el análisis financiero en la empresa seleccionada como estudio de caso, que permite plantear la hipótesis del estudio H1: la relación costo-beneficio en el eslabón de aserrío de la cadena de valor forestal, de la empresa forestal maderable S. de R. L de C. V. es positiva, la cual se puede obtener de manera sencilla y simplificada a través de la utilización de la metodología del valor financiero verde.

Tabla 1. Modelo del valor financiero verde en la producción de madera aserrada

Valor financiero verde	
+	Ingreso total (IT)
-	Costo total (CT)
IT-CT = UT	Utilidad total (UT)
UT /CT	Tasa de rentabilidad (TR)
(C/B) = (IT/CT) = +	Relación costo-beneficio (C/B)

Fuente: Humpries y Holmes (2014).

Metodología

El estudio se realizó en el municipio de Santa María Coyotepec ubicado en la región de los valles centrales del estado de Oaxaca. La altura promedio es de 1,540 metros sobre el nivel del mar. El clima es seco-semicálido, la temperatura media anual oscila en los 20.6º C. Por su ubicación geográfica el 42% la superficie total del municipio (1,800.9 ha) tiene un uso forestal a través de pastizales naturales y especies forestales aprovechables y no aprovechables (Plan Municipal de Desarrollo 2011-2013). Para tal efecto, se seleccionó un aserradero de propiedad particular dedicado a la elaboración de madera aserrada de pino de

medidas comerciales, que en esta investigación se denomina empresa forestal maderable de S. de R. L. de C. V.

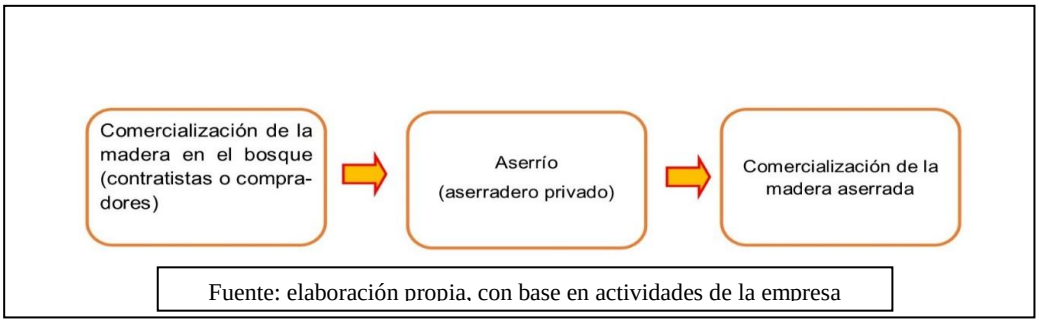
Esta investigación se determinó como un estudio de caso descriptivo-cuantitativo ya que es una herramienta valiosa y su fortaleza radica, en que a través del mismo se puede explicar y describir la conducta de las personas involucradas en el fenómeno de estudio, mientras que los métodos cualitativos solo se centran en información verbal y observación (Yin, 1984).

La cadena de valor identifica las principales actividades que crean valor para los clientes y las actividades de apoyo relacionadas. La cadena permite también identificar los distintos costos en que incurre una organización a través de las distintas actividades que conforman su proceso productivo, por lo que constituye un elemento indispensable para determinar la estructura de costos de una empresa. El análisis de costos en la cadena de valor permite mejorar la eficiencia tecno-económica de la empresa (Quintero y Sánchez 2006; Porter, 1989).

Identificación de los eslabones y actividades de la cadena de valor forestal

Basado en los cuatro eslabones de la cadena de valor forestal que define Anta (2016) para Oaxaca (aprovechamiento, comercialización de la madera en el bosque, aserrío/estufado y comercialización de madera aserrada), el presente estudio de caso identifico la cadena de valor forestal de la empresa forestal maderable S. de R. L de C. V. Se integra de tres eslabones: comercialización de la madera en el bosque, aserrío y comercialización de madera aserrada (Figura 2).

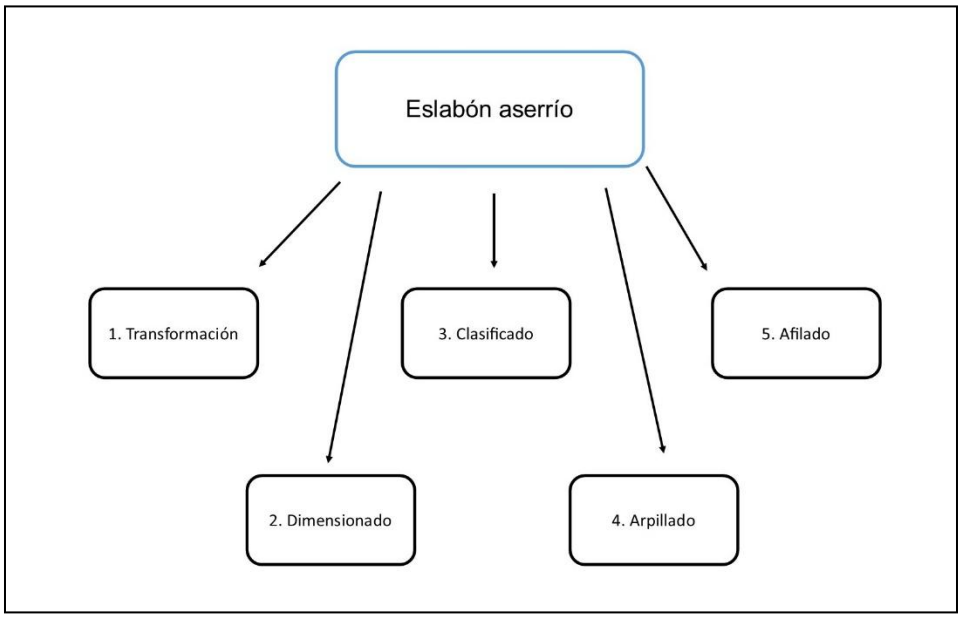
Figura 2. Eslabones de la cadena de valor forestal de la empresa



Fuente: elaboración propia, con base en actividades de la empresa

De los tres eslabones de la cadena de valor forestal de la empresa antes mencionados, se analizó sólo el eslabón de aserrío, en el que se identificaron cinco actividades (Humpries y Holmes, 2015) (Figura 3).

Figura 3. Actividades en el eslabón de aserrío de la empresa forestal maderable



Fuente: Elaboración propia

Análisis de rentabilidad y costo-beneficio

En las cinco actividades del eslabón de aserrío antes mencionadas se determinaron los i) costos, ii) ingresos, iii) utilidades y rentabilidad, y iv) la relación costo-beneficio del periodo enero-junio de 2017, mediante la metodología del valor financiero verde (*Green value* por sus siglas en inglés*)* (Humpries y Holmes, 2015). La cual, presenta la viabilidad financiera de la empresa, orienta las operaciones de monitoreo y análisis de costos de producción e ingresos por ventas correspondientes en un periodo productivo. Su objetivo es ayudar en el análisis financiero de las iniciativas forestales para mejorar su viabilidad financiera y la sostenibilidad de sus proyectos a largo plazo y, de esa forma, contribuir en la generación de empleos en las comunidades, y aprovechar sustentablemente los recursos forestales para generar diversos productos y servicios.

i) Costos totales = costos de mano de obra + costos de materiales y servicios + costos de maquinaria y equipo + costos administrativos

Los costos de mano de obra se estiman, tiempo más producción. Los costos de mano de obra por tiempo en cada una de las actividades se determinan de acuerdo con los días trabajados en salario diario de cada trabajador, según la actividad que desempeñe. La mano de obra por producción se determina por la cantidad producida según los días trabajados por millar pie tabla (pt) producido. *Los costos de materiales y servicios* se obtienen por actividad, se consideran la cantidad de artículos (materiales, insumos y servicios) por el precio unitario en cada periodo productivo. *Los costos de maquinaria y equipo* se determinaron de acuerdo al mantenimiento que requería cada maquinaria en cada actividad. *Los costos administrativos* se estimaron por concepto de las actividades (sueldos, materiales y servicios, maquinaria y equipo).

ii) Ingresos

Los ingresos totales se obtuvieron de la venta de productos y sub-productos (cantidad vendida por precio unitario).

iii) Utilidad y rentabilidad

La utilidad total que es igual a los ingresos totales menos los costos totales por actividad y tipo de insumo. Finalmente, la utilidad se divide entre los costos totales para obtener la tasa de rentabilidad.

iv) Costo-beneficio

La relación costo-beneficio indica en qué tanto exceden los beneficios a los costos, o a la inversa. Se determinan los beneficios (ingresos totales) y dividen entre los costos totales, si el cociente es uno significa que el valor del conjunto de beneficios es igual al de los costos, si el cociente es dos significa que tenemos el doble de beneficios, y un cociente de 0.5 indica que se tienen el doble de costos en relación a los beneficios (Riera et al, 2005).

Resultados

Eslabón de aserrío y principales productos de la empresa forestal maderable

El aserrío no consiste simplemente en máquinas compuestas de motores y sierras efectuando cortes en la troza. En este proceso se deben considerar una serie de características que permitirán hacer del producto rentable, como por ejemplo longitud, manchas, picaduras entre otras (Meza y Simón, 2007). El aserrío de la madera consiste en la transformación de una troza a un producto con dimensiones específicas de ancho, largo y espesor, con el fin de ser utilizado en un proceso posterior, como lo es la fabricación de muebles, casas, etc. La madera escuadrada recibe ese nombre por ser seccionada en cortes a noventa grados longitudinales y transversales, dando por resultado piezas en prismas rectangulares de medidas estandarizadas y diversas denominaciones como en tablas, tablones, polines, fajillas, vigas y *waldras*, que son utilizados en aplicaciones muy diversas como en cimbras y obras falsas, construcciones, muebles, tarimas, envases, embalajes, entibado de minas o durmientes (Chan, et al., 2002).

La materia prima procesada (madera en rollo) es la especie *pino spp*., las dimensiones son 2.62 m de largo y diámetro mayor a 18 cm, se clasifican en primario, secundario y terciario de acuerdo a la conformación del trozo. En seguida la madera aserrada se clasifica en tres categorías: madera de clase, 3ª y 4ª. La madera de clase debe tener una cara limpia y en la otra, nudos no mayores a 19 mm, un total de 1 nudo por cada 1.22 m de longitud. También debe estar libre de manchas, picaduras, tener hilo recto, sin rajaduras en las caras o cantos, y en las cabezas no exceder a 1 mm de ancho y 13 mm de longitud. La madera de 3ª admite 1 nudo firme con diámetro hasta de 38 mm o varios cuya suma no exceda los 38 mm en secciones de 1.22 m de longitud. Las manchas de resina no deben ser mayores de 25 mm de ancho y 300 mm de longitud, las picaduras con diámetros menores de 3 mm aisladas y no más de 8 mm, grietas de 3 mm de ancho, 3 mm de profundidad y 300 mm de longitud; en las cabezas admite grietas hasta de 4 mm de ancho y 20 cm de longitud; admite hilo encontrado y torceduras ligeras. La madera de 4ª admite nudos firmes de 38 mm de diámetro en cada sección de 91 cm de longitud, manchas de resina hasta un 33% de la superficie y bolsas de resina de 20 mm de ancho por 25 cm de longitud. Admite picaduras de insectos de 6 mm de diámetro que no traspasen las caras, pudrición de 1/6 de la anchura

por 1/8 de la longitud, grietas no mayores de 6 mm de ancho por 6 mm de profundidad, y 60 cm de longitud; en las cabezas admite grietas de 8 mm de ancho por 40 cm de longitud. La Tabla 2 muestra las características de la maquinaria utilizada en el aserrío.

Tabla 2. Maquinaria utilizada en el aserrío de la empresa forestal maderable

Nombre de la maquinaria	**Descripción de la maquinaria**	
	Volt	Hp
Sierra torre marca brenta	220	100
Sierra cinta-hojeadora marca schiffer modelo 110	50	50
Desorilladora	220	5
Pendulo	220	5

Fuente: elaboración propia con base en información de la empresa

Actividades en el eslabón de aserrío

1. Transformación. Se realiza cubicación de la madera en rollo en el patio de almacenamiento, traslado de la madera del patio al banco de la madera en rollo, del banco pasa al carrito que es el que pasa el trozo por la sierra banda que está en la torre principal para cuadrar el trozo y empezar el siguiente proceso.
2. Dimensionado. Se dimensiona el grosor con la ojeadora en algunos casos en la torre, se obtiene el ancho de la tabla con la desorilladora con medidas de 3, 4, 6, 8, 10, 12 pulgadas. El largo de la tabla se obtiene con el péndulo en medidas de 8.1/4 pies y cortas dimensiones de 2, 3, 4, 5, 6, y 7 pies.
3. Clasificado. De acuerdo al número de nudos que presentan las tablas se clasifican en clase, tercera, cuarta, podrida y picada. En este proceso se utiliza el montacargas para trasladar los bloques de madera aserrada verde al patio de secado.
4. Arpillado. Consiste en apilar la madera en el patio de secado al aire libre, proceso que dura de 20 a 25 días.
5. Afilado. Mantenimiento a las sierras bandas (afilado, suaje, tensión y soldadura) y sierras circulares para su correcto funcionamiento.

Análisis costo-beneficio en el eslabón de aserrío de la empresa forestal

i) Costos por actividad, por tipo de insumos y costos totales

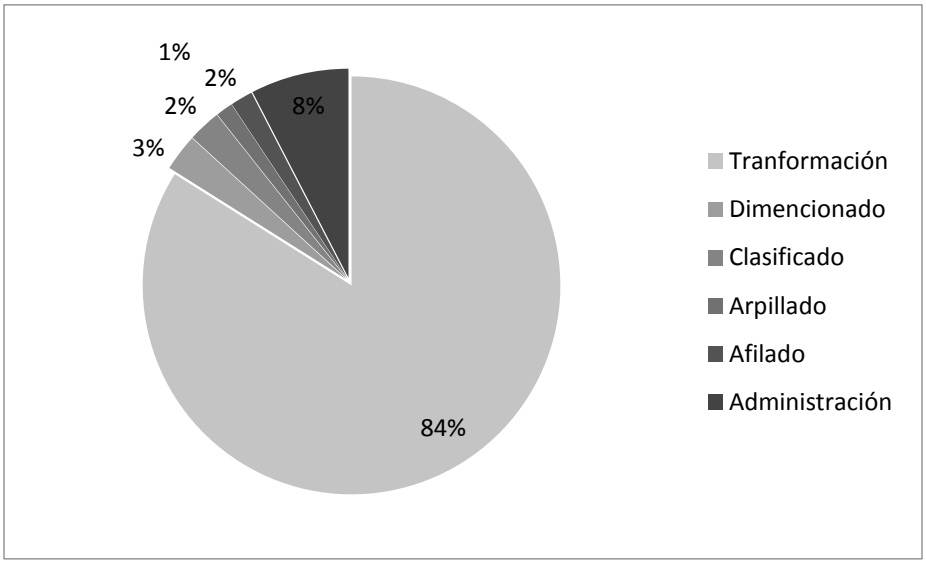
En el eslabón de aserrío se identificaron cinco actividades y cuatro tipos de insumos como se muestran en la Tabla 3. De los costos por actividad, en la de transformación los costos representan el 84% de los costos totales del eslabón aserrío, debido al alto costo de la materia prima que adquiere la empresa ($1,300.00/m^3). El menor costo lo genera el arpillado, pues genera gastos solo de mano de obra por producción (destajo) (Figura 4).

Tabla 3. Costos por actividad y por tipo de insumo de la empresa forestal maderable de enero-junio 2017

Actividad	**Costos variables**			**Costo subtotal ($)**	**%**
	Mano de obra ($)	**Materiales y servicios ($)**	**Maquinaria y equipo ($)**		
Transformación	210,833.00	5,493,113.00	2,000.00	5,705,946.00	84
Dimensionado	185,022.00	8,774.00	402.00	194,198.00	3
Clasificado	73,996.00	98,836.00	0.00	172,833.00	3
Arpillado	89,101.00	797.00	233.00	90,131.00	1
Afilado	75,165.00	37,965.00	5,010.00	118,140.00	2
	Costos fijos de administración				8
	117,466.00	394,564.00	4,463.00	516,494.00	
Costo subtotal	751,583.00	6,034,049.00	12,109.00	6,797,741.00	100
%	11.05	88.77	0.18%		

Fuente: elaboración propia

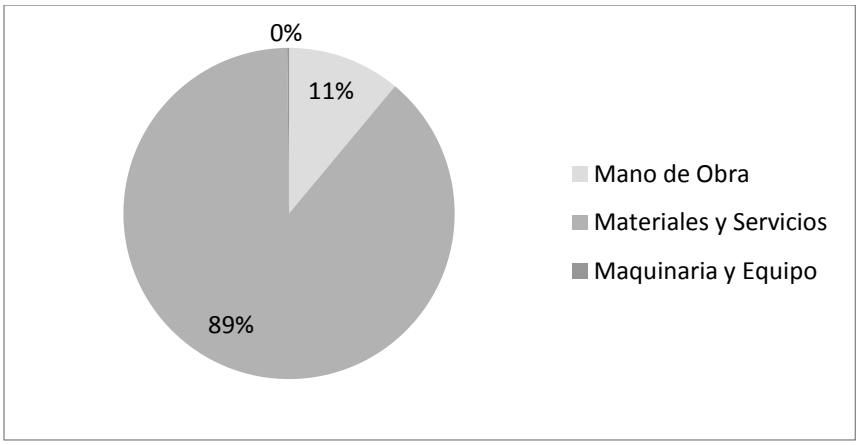
Figura 4. Porcentaje de los costos totales por actividad del aserrío en la empresa forestal maderable de enero-junio 2017



Fuente: Elaboración propia.

En relación a costos de los insumos, los mayores costos se presentan en materiales y servicios, seguidos por mano de obra. El costo menor se presenta en maquinaria y equipo debido a que solo se consideran los gastos de mantenimiento, en los que no se consideran los costos de depreciación porque la vida útil de la maquinaria es de 15 años y lleva 31 años en operación. (Figura 5).

Figura 5. Porcentaje de costos totales por tipo de insumo del aserrío de la empresa forestal maderable de Enero-Junio 2017



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a los costos totales de la producción, los más altos se presentaron en el mes de marzo en el que hubo mayor producción, lo que generó mayores costos por la compra de insumos (Tabla 4).

Tabla 4. Producción y costos totales de aserrío de la empresa forestal maderable de enero-junio 2017

Mes	**Madera en rollo procesada (m^3)**	**Madera aserrada (Pie tabla)**	**Costo total ($)**
Enero	745.909	132610	1,156,920.31
Febrero	836.41	153615	1,262,139.00
Marzo	886.125	164046	1,397,935.00
Abril	653.24	138513	1,213,860.08
Mayo	756.757	152003	1,214,392.00
Junio	319.534	51607	552,495.62
	4,197.975	792,292	6,797,742.01

Fuente: elaboración propia.

ii) Ingresos

La Tabla 5 muestra los principales productos aserrados que vende la empresa. Los ingresos que resultan de multiplicar las cantidades vendidas de madera aserrada por los precios (no incluyen IVA), fueron más altos en el mes de mayo, y los menores en el mes de marzo (Tabla 6).

Tabla 5. Productos y sub-productos que vende la empresa forestal maderable de Enero-Junio de 2017

<table>
<tr><td rowspan="2">Productos</td><td colspan="4">Madera aserrada</td></tr>
<tr><td>
<table>
<tr><th>Largo
(Pies)</th><th>Grosor
(Pulgadas)</th><th>Anchos
(Cm)</th><th>Anchos
(Pulgadas)</th></tr>
<tr><td rowspan="6">Largas Dim. = 8.1/4
Cortas Dim. = (2, 3, 4, 5, 6, 7)</td><td rowspan="6">¾
1.1/2</td><td>8</td><td>3</td></tr>
<tr><td>10</td><td>4</td></tr>
<tr><td>15</td><td>6</td></tr>
<tr><td>20</td><td>8</td></tr>
<tr><td>25</td><td>10</td></tr>
<tr><td>30</td><td>12</td></tr>
<tr><td>Polines = 8.1/4</td><td>3.5 por lado</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Sub-productos</td><td colspan="4">Leña, recortes, tira para arpillar, barrotes cortos, basura, abono, padecería de leña, costeras rusticas y desorilladas, ocote.</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Ingresos totales de la empresa forestal maderable de Enero-Junio 2017

Mes	**Ingreso total por ventas ($)**
Enero	1,187,291.00
Febrero	1,660,545.00
Marzo	1,048,025.00
Abril	1,444,468.68
Mayo	2,077,468.60
Junio	1,157,150.59
	8,574,948.87

Fuente: elaboración propia

iii) Utilidad y rentabilidad de la empresa forestal maderable

La empresa generó costos de producción (inversión) durante un periodo de 6 meses por un total de $ 6,797,741.00 y obtuvo ingresos totales por ventas de madera aserrada de $8,574,948.00, generando una utilidad de $1,777,207.00 (sin restar impuestos u otros pagos). La tasa de rentabilidad fue del 26%. De acuerdo con la Tabla 7 la empresa vendió durante un periodo de 6 meses 4,197.975m^3 de madera aserrada y obtuvo ingresos por $ 8,574,948.00, lo que indica que el ingreso por m^3 de madera aserrada fue de $2,042.64 y los costos de producción de $1,619.29/$m^3$, obteniendo una ganancia de $423.35/$m^3$ (Sin descontar el pago de impuestos).

iv) Relación costo-beneficio y prueba de hipótesis

La empresa obtuvo ingresos totales por $ 8, 574,948.00 con una inversión en costos de producción de aserrío por $ 6, 797,742.01. La relación costo-beneficio fue de 1.26, lo que indica que por cada peso invertido generó $0.26 de utilidad (Tabla 7).

Tabla 7. Utilidad, rentabilidad y costo-beneficio de la empresa forestal maderable de enero-junio 2017

Indicador financiero	Valor
Ingreso total	$ 8,574,948.00
Costo total	$ 6,797,742.01
Utilidad total (ganancias)	$ 1,777,207.00
Tasa de rentabilidad	26%
Relación costo-beneficio	1.26

Fuente: elaboración propia

Discusión y conclusión

La industria del sector forestal en México presenta baja competitividad y rentabilidad debido a diversos factores, entre otros el insuficiente abastecimiento de materia prima, maquinaria y equipos obsoletos, falta de capacitación y adiestramiento del personal técnico y administrativo, ausencia de visión empresarial por parte de los dueños y directivos. Principalmente por los altos costos de las materias primas forestales, y recientemente por los altísimos costos de energía (SEFAO C.S., s.f). Sin embargo, Morales (2015) señala que la capacidad instalada de algunas empresas forestales maderables comunitarias esta sobrada debido a que la industria procesa alrededor de 400 mil m^3 de rollo de madera, aprovechando solo el 32 % de su capacidad instalada. El análisis de los costos de las actividades de aserrío en las empresas forestales, permite obtener el costo por m^3 de madera aserrada y es un indicador importante para conocer la competitividad de las empresas y del sector forestal (Porter, 1989).

En la actualidad para que la industria de aserrío sea competitiva, requiere de analizar sistemáticamente su procesos y costos de producción, así como conocer los precios y los mercados para los productos que genera (Zavala y Hernández, 2000). El proceso de aserrío se considera uno de los eslabones más importantes de la cadena forestal en México, y una de las formas más sencillas de transformar la trocería, cuya eficiencia se evalúa a través de estudios de coeficientes de aprovechamiento y de rentabilidad del proceso. La metodología

del valor financiero verde utilizada en este estudio, resultó útil para estimar y conocer de manera sencilla y simplificada los indicadores financieros esenciales para la toma de decisiones como costos de producción, ingresos por ventas, utilidad, rentabilidad y la relación costo-beneficio en el eslabón de aserrío de la empresa forestal maderable analizada (Humpries y Holmes, 2015).

De acuerdo con COESFO y CPF de Oaxaca (2015), en cuanto a las actividades de los costos de aserrío, los mayores costos se observan en la adquisición de las materias primas, seguidos por los costos de depreciación de la infraestructura de transformación (aserraderos), continúan los costos de mantenimiento y, finalmente de mano de obra. El presente estudio encuentra que el 84% de costos de aserrío, se generaron en la actividad de transformación. Este resultado es congruente con los resultados reportados por otros estudios (COESFO y CPF de Oaxaca, 2015, Cubbage et al., 2013). De igual manera, en dicha actividad de transformación los costos más altos se debieron a la adquisición de materia prima, registrada en el rubro de materiales y servicios, que representaron el 89 % de los costos por tipo de insumos.

Con respecto a la rentabilidad, de acuerdo con el INIFAP (2013) en su estudio de "Indicadores de costos de producción de madera aserrada en el estado de Chihuahua" reportó que las empresas forestales maderables ejidales obtuvieron rentabilidades entre 9 y 11 %, mientras que las empresas forestales privadas registraron rentabilidades entre el 6 y 23 %. En cuanto a los estudios de rentabilidad de las empresas forestales comunitarias, Zavala y Hernández (2000) en su estudio sobre "Análisis del rendimiento y utilidad del proceso de aserrío de tracería de pino" en la Unidad de San Pedro el Alto, Zimatlán, Oax., reportaron una tasa de rentabilidad del 30%. Considerando el ingreso por ventas menos el costo de producción de un millar de pies tabla (mpt), ($4,327.33 - 3,341.15, respectivamente), encuentran una utilidad de $ 986.18 por mpt (2.36m^3).

Cubbage et al. (2013) obtuvo que el promedio de ingresos obtenidos en el eslabón de aserrío de las empresas forestales comunitarias en México fue de $3,025.00/m^3, menos los costos de producción de $2,340.00/m^3, dieron como resultado una ganancia de $685.00/m^3 y una tasa de rentabilidad de 29% /m^3. Sin embargo, el presente estudio a la empresa forestal maderable S. de R. L de C. V. encuentra que la tasa de rentabilidad fue del 26%, lo

que indica que por cada peso invertido genera $0.26 de utilidad. El ingreso por m^3 fue de $2,042.98 y los costos de producción de $1,619.56/$m^3$, por lo que, obtuvieron una ganancia de $423.42/$m^3$ (sin descontar impuestos).

Por lo anterior, se puede decir, que la rentabilidad en el proceso de aserrío es mayor en las empresas forestales maderables comunitarias (29-30 %), que en la empresa forestal maderable S. de R. L. de C. V. (26%). Esto puede deberse, a que las empresas forestales maderables comunitarias solo realizan el pago correspondiente a derecho de monte y las empresas forestales maderables privadas realizan el pago de materia prima, lo que incrementa sus costos de aserrío. El estudio concluye que la materia prima es un recurso estratégico en los costos de aserrío de las empresas forestales privadas.

Bibliografía

Anta F. S (2016) Diagnostico de la cadena de valor en las regiones de Oaxaca.

Arce, B. & Calves-Hernández, S. (2008). Las Cadenas de valor como estrategia para la competitividad de las pymes. *Revista electrónica de Ciencias Sociales Tecsistecatl Economía y Sociedad de México*, 1(5).

Barton Bray D & Merino Pérez L. 2004. La Experiencia de las Comunidades Forestales en México. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales-Instituto Nacional de Ecología-Consejo Civil Mexicano para la Silvicultura Sostenible A.C

Chan M. M., H. A. Molina, O. & A. García (2002) Los defectos naturales en la madera aserrada Ingeniería, vol. 6, núm. 1, pp. 29-38 *Universidad Autónoma de Yucatán Mérida, México*

Coursaris, C.; Hassanein, K. &Head, M. (2008). Mobile technology and the value chain: participants, activities and value creation. Int. J. Bus. Sci. Appl. Manage. 3:14-30.

Comisión Nacional Forestal (Conafor). 2013. Pronafor-Programa Nacional Forestal 2013-2018. México, D. F., México. 144 p

Cubbage, F. Davis, R. Rodríguez, D. Frey, G. Mollenhauer, R. Kraus, Y. González, I. Albarrán, H. Salazar, A. y D. Chemor. (2013). Competitividad y accesos a mercados de empresas forestales comunitarias de México. *Banco Mundial-PROFOR-Conafor*. México

Dahlström, K. & Ekins, P. (2007). Combining economic and environmental dimensions: value chain analysis of UK aluminium flows. Science Direct Resources. Conservation and Recycling. 51:541-560

Di Giacomo, Laura & Patrizi, G. 2010. Methodological analysis of supply chains management aplica tions. Eur. J. Oper. Res 207 (1):249-257

Donovan, J. (2006). Identificación de las oportunidades de mercado y mercadeo en cadenas de valor: Una Guía para facilitadores del Desarrollo Empresarial Rural. Centro para competitividad de ecoempresas (CeCoEco) CATIE.Turrialba. Costa Rica. 35 p.

Fang, E. & Zou, S. (2009). Antecedents and consequences of marketing dynamic capabilities in international joint ventures. Journal of International Business Studies, 40(5), 742-761.

FAO (1980). Análisis económico de proyectos forestales.

FAO. 2006. Global planted forests thematic study: results and analysis, por A. Del Lungo, J. Ball y J. Carle. Documento de trabajo sobre los bosques y árboles plantados N.º 38. Roma (disponible también en www.fao. org/forestry/site/10368/en).

FAO, 2010: Evaluación de los recursos forestales mundiales. Informe principal. Roma, Italia.

Fennelly D., & K. Cormican. (2006). Value chain migration from production to product centered operations: an analysis of the Irish medical device industry. Science Direct. Technovation 26 (2006) 86–94

Gereffi, G., J. Humphrey & T. Sturgeon (2005), “The Governance of Global Value Chains”, *Review of International Political Economy*, vol. 12, núm. 1, febrero, pp. 78-104

Humphries, S. & T. Holmes. 2015. Financial Analysis of Community-based Forest Enterprises with the Green Value tool. In, Pansel, Laslo and Michael Köhl, Eds, Tropical Forestry Handbook. Second Edition. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. 15 p

Kippenberger, T. (1997). "The value chain: the original breakthrough," The Antidote, vol. 2, pp. 7-10.

Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). 2014. Índice de Competitividad Forestal Estatal

Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP), 2013. Centro de Investigación Regional Norte-Centro, Campo Experimental Madera. Indicadores de costos de producción de madera aserrada en el Estado de Chihuahua.

Meza A. & Simón D. 2007. Aserrío de trozas de diámetros menores Revista Forestal (Costa Rica) 4(10)

Morales, J. (2015). Estudio para determinar costos de producción y transporte de madera en rollo en el estado de Oaxaca. Plan municipal de desarrollo 2011-2013, h. Ayuntamiento Santa Maria Coyotepec, Oaxaca. *Colegio de Profesionistas Forestales de Oaxaca-Comisión Estatal Forestal de Oaxaca. Oaxaca, Oax. México*

Porter, M. & Millar, V. (1985). How information gives you competitive advantage. Harvard Business Review, 63(4), 149-161.

Porter, M. 1989. Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior (1ª ed.) México. Cecsa.

Quintero J. & Sánchez J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. Telos, vol. 8, núm. 3, pp. 377-389 *Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín Maracaibo, Venezuela.*

Riera, Pere et al (2005). Manual de economía ambiental y de los recursos naturales. Madrid: Thompson

Riisgaar, L.; S. Bolwig.; S.Ponte.; A. Toit, N. Halberg,. & F. Matose. (2010). Integrating poverty and environmental concerns into value-chain analysis: a strategic framework and practical guide. *Development Policy Review*. 28(2):195-216.

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). 2011 Anuario Estadístico de la Producción Forestal

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). 2013. SNIARN-Consulta temática. http://dgeiawf.semarnat.gob.mx:8080/ibia_pps/WFServlet?

Servicios Forestales y Agropecuarios de Oaxaca S.C., (SEFAO, s,f) (2005*) Estudio de Cuenca de Abasto: Caracterización y Estrategias de Desarrollo Industrial Forestal Maderable de la Cuenca Sierra Sur Miahuatlán - Oeste del Estado de Oaxaca*

Vásquez-García A., Matus-Gardea J., Cetina-Alcala V., Sangerman-Jarquin D. (2017). Análisis de una empresa integradora de aprovechamiento de madera de pino. *Revista Mexicana de ciencias agrícolas.*

Villacorta J. L. (2006). Propuesta para la formación de alianzas público-privadas para innovación en la agroindustria: caso del loroco en El Salvador. *Servicio Internacional para la Investigación Agrícola Nacional (ISNAR), San Salvador, El Salvador*.

Yin, Robert K. (1984). Case study research: design and methods, applied social research methods series, Newbury Park, C.A. Sage. Anexo

Zavala Z. D. & Hernández C. R. (2000). Análisis del rendimiento y utilidad del proceso de aserrío de trocería de pino Madera y Bosques, vol. 6, núm. 2, pp. 41-55 Instituto de Ecología, A.C. Xalapa, México.

LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE TLACOLULA DE MATAMOROS, OAXACA Y SU RELACIÓN CON EL PATRIMONIO BIOCULTURAL

Perla del Carmen Ramirez Gómez

Resumen

Tlacolula, municipio ubicado en la región de los Valles Centrales del estado de Oaxaca, alberga un conjunto de pueblos indígenas de origen zapoteca, quienes practican un estilo de vida regido por sus tradiciones y costumbres, hablan la lengua zapoteca y principalmente las mujeres se distiguen por su vestimenta típica, que las identifica como parte de una determinada comunidad. De la misma manera, Tlacolula cuenta con monumentos culturales y naturales, algunos distinguidos como patrimonios de la humanidad y otros que son valorados y reconocidos por los oriundos de la región.

El objetivo de este artículo es proponer bajo la óptica de la biocultura algunos atractivos turísticos relacionados con el patrimonio del municipio de Tlacolula de Matamoros, que pueden ser susceptibles de una nueva manera de ofertar los recursos turísticos de la región. Para obtener la información de esta investigación se realizaron trabajos de campo donde se rrecorrió el municipio para identificar los atractivos turísticos que la literatura y los habitantes del municipio identificaban, así como se aplicaron entrevistas semidirigidas y a profundidad; posteriormente se organizó un taller participativo con los habitantes de Tlacolula de Matamoros. Los resultados muestran que el municipio cuenta con un patrimonio susceptible de ser turístico biocultural, en el que la oferta, desplazamientos de los visitantes y beneficios comunitarios están sujetos a la relación y tiempos entre el ser humano y la naturaleza, principalmente enfocado, por los propios habitantes del municipio, a la gastronomía y los sitios arqueológicos, en este último punto se que transformaría la promoción de esos destinos.

Palabras clave: *Oferta turística, biodiversidad, diversidad cultural, turismo biocultural.*

Introducción

Planteamiento del problema. El municipio de Tlacolula de Matamoros se ubica en la región de los Valles Centrales de Oaxaca; se localiza al Sureste de la capital del Estado (Plan municipal, 2001-2006). Se sitúa en el Valle del mismo nombre que por su ubicación geográfica ha sido el paso obligado para el Istmo de Tehuantepec y el valle de Mitla. El Valle de Tlacolula ha sido habitado desde el siglo II A.C.; la fundación de la cabecera municipal fue en 1560 bajo el nombre de "Santa María Asunción Tlacolula" (Plan municipal, 2001-2006). La interacción entre los habitantes del Valle y su naturaleza circundante ha sido milenaria, por lo que los conocimientos tradicionales, plasmados en patrimonio cultural y natural son identificables en las artesanías, los paisajes naturales, las construcciones vernáculas, la lengua, los ritos y rituales que se recrean y practican en la región de estudio (Arizpe, 2011). Sin embargo, la crisis ecológica y cultural que se vive hoy en día han hido cambiado el estilo de vida de los tlacolulenses desde hace más de 20 años, lo que ha provocado una falta de interacción y desconocimiento de su medio natural y por ende se están dejando de practicar y de creer en formas de vida más cercanas a su medio ambiente. Referente a esta crisis, Eckart Boege (2008) afirma que el siglo XXI está marcado por un mercado globalizado y por la sexta gran extinción[1] de las especies, así como de las lenguas y cultura indígenas, lo que significa que la mayoría de las próximas extinciones serán producto de la acción humana.

Por su parte, el turismo de masas tiene efectos negativos en el patrimonio, lo que se ha tratado de paliar con un turismo alternativo, que apuesta por una actividad consciente y responsable por parte del visitante y el anfitrión, con las cualidades de permitir un

1 A lo largo de la historia de la vida en la Tierra han tenido lugar cinco grandes extinciones, la más reciente hace 65 millones de años, cuando los dinosaurios perecieron en un brevísimo lapso de tiempo. Cada una de estas extinciones fue catastrófica: en todas ellas desapareció al menos el 65 por ciento de las especies vivientes. La sexta extinción es, en muchos aspectos, parecida a las catástrofes biológicas anteriores. Al igual que todas las especies con que compartimos el mundo, somos el resultado de multitud de sucesos casuales que se remontan hasta la famosa explosión de formas de vida que se produjo hace quinientos millones de años, y antes de la explosión, hasta el origen mismo de la vida. Aportando pruebas científicas irrefutables, Leakey y Lewin demuestran que la sexta extinción ha empezado ya: cada año, el hombre barre de la faz de la Tierra a trescientas especies vivas. Y esta extinción amenaza al planeta entero, incluida la especie Homo sapiens...

desarrollo a menor escala, con un mínimo impacto sobre el medio ambiente y sobre todo respetuoso con los valores de las comunidades locales y su cultura (Acerenza, 2006).

En lo relativo a patrimonio biocultural, consiste en un ejercicio de articulación de las ciencias naturales y las ciencias sociales, donde se fusionan los conocimientos y saberes sobre una región, ecosistemas, biodiversidad, mezclando la interacción de hombre-naturaleza, formas de uso y beneficios, así como tomar en cuenta aquellos elementos cosmogónicos y simbólicos que entablamos como ser humano en nuestro entorno (Romero y Vásquez, 2012). Por su parte, Luisa Maffi (2014) expone que la diversidad biocultural se refiere a un sistema que describe diversidades interrelacionadas e interdependientes biológicas, culturales y lingüísticas. La diversidad biológica -o la biodiversidad- es la más reconocida y supone que son todas aquellas variedades de organismos vivos que viven en el planeta y pertenecen a cierto ecosistema (especies, hábitats y genes).La diversidad cultural representa la variedad, visiones y cosmovisiones del mundo y de los modos de vida, conocimientos y valores en sí, de culturas humanas. A través de esta dependencia vital del medio ambiente, con el tiempo las sociedades han desarrollado un conocimiento local detallado sobre plantas, animales y procesos ecológicos, así como valores y prácticas culturales específicos sobre las relaciones humanas con la naturaleza (Maffi, 2014). Toledo (2001), explica las características de la biocultura y menciona que el patrimonio natural y cultural se considera como una pauta de crecimiento y desarrollo para las comunidades a nivel local, nacionales e internacionales para poder crear proyectos de desarrollo.

Marco teórico

,

en el trabajo de varios investigadores y autores que mantienen una fuerte relación entre el turismo alternativo y el patrimonio biocutural. Además de que estos estudios previos, han dado origen de la importancia del tema de investigación.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2001), que es el organismo mayor de turismo e internacional con más de 40 años de funcionamiento y que tiene el objetivo de

promover el turismo, un instrumento para la paz, desarrollo económico y el comercio internacional, definiéndolo de la siguiente manera: “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”.

La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el turismo para maximizar la contribución socieconómica del sector, esto para evitar que el turismo pueda tener impactos negativos generando mal aspecto y se ha comprometido a promover al turismo como una herramienta del Desarrollo Sostenible.

Pero, ¿cómo pasar de un turismo agresivo al turismo alternativo?, es necesario que se mire a largo plazo para evitar problemas como el agudizamiento de conflictos sociales (

.

Rábago (2010) define al turismo alternativo como aquella actividad capáz de organizar un viaje a lugares desconocidos, de acuerdo a necesidades y tiempos; su objetivo es descubrir sitios alejados del turismo de masas, busca lugares en ambientes naturales y que estimulen su desarrollo personal. Una característica importante es que el turista esta dispuesto a pagar precios altos por conocer atractivos únicos. Es apoyo para diversificar la oferta y orientarla hacia destinos diferentes al de playa, valoriza los atractivos naturales y culturales existentes en el mundo.

En este sentido para entender al turismo biocultural empezamos por explicar el concepto de biocultura, Boege (2010) dice que son los recursos naturales bióticos intervenidos y el uso de los recursos naturales según patrones culturales, los agroecosistemas tradicionales, la diversidad biológica. “Estas actividades se desarrollan alrededor de prácticas productivas (praxis) organizadas bajo un repertorio de conocimientos tradicionales (corpus) y relacionando la interpretación de la naturaleza con ese quehacer, el sistema simbólico en relación con el sistema de creencias (cosmos) ligados a los rituales y mitos de origen”.

Metodología

Para la recolección de datos, se llevó a cabo un taller participativo en el mes de septiembre de 2017 en el municipio de Tlacolula, que fue promocionado en toda la población; por cuestiones de carácter político y social la afluencia se limitó a 15 personas, cuyas edades variaron de 20 a 89 años. El taller tuvo dos modalidades: informativa y reflexiva (Mejía et al., 2011), lo que permitió un dialogo de saberes y retroalimentación entre sus participantes y las organizadoras. Los principales elementos del taller fueron el mapa del municipio y las opiniones, propuestas, comentarios y reflexiones de los participantes en los 15 siguientes rubros: Atractivos turísticos, Elaboración de artesanías, Lugares de siembra; Ríos, lagos, lagunas, arroyos y caídas de agua; Cerros, lomas, piedras; Grutas y cavernas, Caminos antiguos, Lugares de observación de flora y fauna, Reservas de flora y fauna, Museos, galerías, colecciones particulares; Lugares históricos, arqueológicos; Manifestaciones religiosas; Música, danza, calendas; Festividades comunitarias, Comida y bebidas propias. La pregunta reflexiva del taller fue la siguiente: ¿Qué tradiciones, fiestas, saberes, creencias, monumentos, casas, rituales, etc, deberían o podrían ser tratados desde la perspectiva turística? Recabados los datos y reflexiones del taller, se hizo la identificación de los sitios que potencialmente pueden ser objeto de un turismo biocultural, a los que se les analizó a partir de la tirada etnoecológica Cosmos (K)- Corpus (C)- Praxis (P) planteada por Víctor Toledo y, utilizando herramientas del campo turístico se concentró la información procesada en fichas basadas en la sistematización que Roberto Boullón, adoptada por CICATUR-OEA (Centro Interamericano de Capacitación Turística de la Organización de Estados Americanos) , que permitió la introducción de temas bioculturales en un esquema de sistematización y jerarquización de tipo turístico.

En lo referente a su jerarquización, el CICATUR -OEA propuso en 1974 una escala de valoración de recursos turísticos, los cuales son valorados a partir de una única variable: su singularidad en términos geográficos y qué tanto motivan al turismo para desplazarse a visitar ese atractivo, La escala oscila entre el número cero, la cual no tiene rasgos para considerarlo un recurso turístico, hasta la jerarquía cinco, el cual es un atractivo excepcional. La ficha consta de11 rubros, y se le añadió la relación con el K-C-P.

Resultados

La importancia del tema es que la misma población del municipio de Tlacolula sean quienes identifiquen, valoren y propongan los atractivos turísticos que pueden ser tratados desde una óptica biocultural, tomando en cuenta que el tipo de turismo pueden ser los mismos tlacoluleños de recientes generaciones así como visitantes de otros lugares y latitudes. Como resultado de la sistematización se realizaron las fichas de inventario de acuerdo con la clasificación de Bullón donde converge la información turística de orden biocultural, que fueron manifestadas por los participantes en el taller.

Tabla 1. Artesanías de barro rojo de Tlacolula de Matamoros

FICHA DE INVENTARIO	
FOLIO	**001**
NOMBRE DEL ATRACTIVO	Artesanías de barro rojo
NOMBRE CIENTÍFICO	
CATEGORÍA	3
TIPO	3.4
SUBTIPO	3.4.1
JERARQUÍA	5
UBICACIÓN	En la comunidad de San Marcos Tlapazola, Tlacolula.
MEDIOS DE ACCESO	Camión, auto, taxi.
VISITANTES	Locales, nacionales y extranjeros.
CARACTERÍSTICAS	Localidad dedicada a la alfarería, a 15 minutos del municipio de Tlacolula.

Fuente: Roberto Boullón-CICATUR-OEA (2006)

En la comunidad de San Marcos Tlapazola, a 15 minutos del municipio de Tlacolula. El observar e incluso interactuar elaborando alguna pieza con las personas que se dedica a esta actividad, hace una experiencia extraordinaria que forma parte de lo que ha denominado como turismo biocultural. La forma de vida que se ha dado por años en el que San Marcos Tlapazola, se ha dedicado a la elaboración del barro rojo, así como el uso que se les da las piezas y las personas son hablantes de zapoteco forman parte de este kosmos. Corpus se representa en el conocimiento del manejo de esta materia prima, su composición, tiempos de secado y cocción; y praxis se trasmite en la práctica de la elaboración de modelos que han sido de atención e interés de otros y en la misma artesanía.

Tabla 2. Calenda del Señor de Tlacolula de Tlacolula de Matamoros.

FICHA DE INVENTARIO	
FOLIO	**002**
NOMBRE DEL ATRACTIVO	Calenda del Señor de Tlacolula
NOMBRE CIENTÍFICO	
CATEGORÍA	3
TIPO	3.1, 3.3
SUBTIPO	3.1.1, 3.3.1, 3.3.2, 3.3.3
JERARQUÍA	4
UBICACIÓN	Dentro del Municipio de Tlacolula de Matamoros
MEDIOS DE ACCESO	Auto, taxi, camión, caminando.
VISITANTES	Locales, nacionales y extranjero.
CARACTERÍSTICAS	El 15 de agosto se realiza el festejo, en el cual se da un desayuno, comida, calenda en su honor y castillo.

Fuente: Roberto Boullón-CICATUR-OEA (2006)

El 15 de agosto se realiza el festejo, en el cual se da un desayuno, comida, calenda en su honor y castillo. Dentro de la diversidad biocultural que ofrece Tlacolula de Matamoros, las calendas forman parte de las tradiciones que se han heredado y organizado en honor al Santo Cristo Señor de Tlacolula, tradición que no se perdido y que por generaciones se han trasmitido los conocimientos (C). Dentro de esta festividad, se comienza por la misa en honor al cristo, después se da inicio a la calenda que dura entre 10 y 12 horas pasando por todas las cruces (capillas de cada colonia o sección) (P), la ofrenda es el baile que se acompaña de canastas con flores, en el que se da como tributo en agradecimiento, se hace una donación de acuerdo al compromiso que cada persona haya hecho con el Señor de Tlacolula, estas ofrendas pueden ser lo que cada persona coseche o crie en sus casas como maíz, huevos, gallinas, guajolotes, reses, etc. (K)

Tabla 3. Cucharillas o flor de cucharilla de Tlacolula de Matamoros

FICHA DE INVENTARIO	
FOLIO	**003**
NOMBRE DEL ATRACTIVO	Cucharillas o flor de cucharilla
NOMBRE CIENTÍFICO	Dasylirion sp
CATEGORÍA	3 y 4
TIPO	3.4 y 4.2
SUBTIPO	3.4.10 y 4.2.2
JERARQUÍA	3
UBICACIÓN	Dentro del Municipio de Tlacolula de Matamoros
MEDIOS DE ACCESO	Auto, taxi, camión, caminando.
VISITANTES	Locales.
CARACTERÍSTICAS	Extraído del Sotol que es un tipo de palmilla parecido al agave, hojas con espinas y el corazón es lo que le da el color y la vista tan llamativa.

Fuente: Roberto Boullón-CICATUR-OEA (2006)

Extraído del *Dasylirion sp* que es un tipo de palmilla parecido a la forma del agave pero muy pequeño. Este adorno se extrae de un tipo de un tipo de palma, la preparación empieza días antes del evento, para esto se va días antes a recolectar la flor de la planta para poder trabajarla y diseñar diferentes modelos para el adorno (C), su trabajo ha sido trasmitido de generaciones al no haber anteriormente otro tipo de adorno como ahora (P), está vinculado con lo espiritual, es decir, su uso es exclusivo de festividades mayores como mayordomías y se utiliza para adornar principalmente las entradas de la iglesia o la fachada de las capillas en las cruces (K).

Tabla 4. Marmotas o Marmotas de Tlacolula de Matamoros

FICHA DE INVENTARIO	
FOLIO	**004**
NOMBRE DEL ATRACTIVO	Marmotas o Marmotas
NOMBRE CIENTÍFICO	
CATEGORÍA	3 y 4
TIPO	3.4 y 4.2
SUBTIPO	3.4.10 y 4.2.2
JERARQUÍA	4
UBICACIÓN	Se elaboran dentro del municipio de Tlacolula de Matamoros.
MEDIOS DE ACCESO	Vía carretera, automóvil, transporte urbano o taxi.
VISITANTES	Turistas nacionales y extranjeros. Visitas locales.
CARACTERÍSTICAS	Marmotas elaboradas de madera y carrizo de forma redonda, forrada con tela de manta gruesa y adornada con papel o plástico de colores con una cinta con la leyenda de lo que se festeja.

Fuente: Roberto Boullón-CICATUR-OEA (2006)

Elaboradas de madera y carrizo (*Phragmites australis*) forrada con tela de manta gruesa y adornado con papel o plástico de colores con una cinta por en medio con la leyenda de lo que se festeja. Su importancia radica en lo espiritual, tiene gran relevancia religiosa ya que representa a Jesucristo en las festividades de Tlacolula de Matamoros, es una forma de tenerlo presente de una manera conmemorativa (K). El carrizo o palo de madera largo simboliza a Jesús, formando una bola de madera con doce costillas que simbolizan a los apóstoles, uniéndose arriba y abajo lo que representa a la hostia y al cáliz, unidos con clavos, cubierto por una manta blanca que representa el manto de Jesús (C). Son el acompañamiento junto con las canastas de las mujeres que alegran la calenda con su baile durante todo el recorrido, pero por su peso las marmotas son llevadas por hombres que se turnan en todo el camino para hacerlas bailar (P). Actualmente esta representación se ha perdido ya que se elaboran marmotas con menos costillas y se utilizan para amenizar fiestas o calendas que no tienen relación alguna con lo religioso.

Tabla 5. Mayoras o cocineras (Gastronomía) de Tlacolula de Matamoros

FICHA DE INVENTARIO	
FOLIO	**005**
NOMBRE DEL ATRACTIVO	Mayoras o cocineras (Gastronomía)
NOMBRE CIENTÍFICO	
CATEGORÍA	3
TIPO	3.5
SUBTIPO	3.5.1, 3.5.2 y
JERARQUÍA	5
UBICACIÓN	Se localiza en el centro del municipio de Tlacolula de Matamoros.
MEDIOS DE ACCESO	Vía carretera, automóvil, transporte urbano o taxi.
VISITANTES	Turistas nacionales y extranjeros. Visitas locales.
CARACTERÍSTICAS	Se trata de mujeres que han conservado las recetas

	y comidas tradicionales de la región.

Fuente: Roberto Boullón-CICATUR-OEA (2006)

Se trata de mujeres que han conservado las recetas y comidas tradicionales de la región. La gastronomía mexica se encuentra catalogada dentro del patrimonio inmaterial de la humanidad, es un modelo cultural completo que comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias y costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales (UNESCO, 2010). Dentro de esta gastronomía, se encuentra la de Tlacolula de Matamoros famosa por su barbacoa, caldo de res, caldo de pata, moles, turrón, nieves, pan, etc. No hay mujer longeva que no sepa cocinar por lo menos un platillo tradicional, pero hay quienes han sido reconocidas dentro del municipio como aquellas que conservan la elaboración tradicional y que resguardan las recetas (C), estas señoras o "mayoras" ponen en práctica en cada evento en el que son requeridas sus conocimientos para elaborar los platillos tradicionales (P). Y nuevamente nos encontramos con un elemento que generalmente se utiliza en festividades mayores, son comidas que por su elaboración y categoría que para los mismos habitantes tienen, son ofrecidas en mayordomías o alguna fiesta relacionada con la grandeza de la vida o con la religión (boda, XV años, bautizo, primera comunión y hasta en la muerte de un ser querido) (K).

Tabla 6. Iglesia de la señora de la Asunción y Capilla del Señor de Tlacolula de Tlacolula de Matamoros

FICHA DE INVENTARIO	
FOLIO	**006**
NOMBRE DEL ATRACTIVO	Iglesia de la señora de la Asunción y Capilla del Señor de Tlacolula
NOMBRE CIENTÍFICO	
CATEGORÍA	2

TIPO	2.2 y 2.3
SUBTIPO	2.2.4 y 2.3.1
JERARQUÍA	5
UBICACIÓN	En el centro del municipio de Tlacolula de Matamoros.
MEDIOS DE ACCESO	Vía carretera, automóvil, transporte urbano o taxi.
VISITANTES	Turistas nacionales y extranjeros. Visitas locales.
CARACTERÍSTICAS	El templo fue edificado en el siglo XVI, únicamente con la bóveda, posteriormente fue reconstruido en el XVII, cuando también se le implementó la Capilla del Señor de Tlacolula.

Fuente: Roberto Boullón-CICATUR-OEA (2006)

El templo fue edificado en el siglo XVI, únicamente con la bóveda, edificada por la orden dominica, de estilo Barroco únicamente en su interior, inicialmente para la Virgen de la Asunción, patrona de este lugar, posteriormente fue reconstruido en el siglo XVII, cuando también se le implementó la Capilla del Señor de Tlacolula, este mismo fue tallado con pasta de caña, es objeto de profunda veneración popular en la región. Los relieves que fueron hechos con cal y decorados con hoja de oro y las piezas metálicas que datan de los siglos XVII y XVIII (INAH, 2012).

Cuentan los habitantes de Tlacolula de Matamoros, que dos viajeros que llevaban un Cristo hacia Guatemala, se quedaron a descansar y dejaron al Cristo en el atrio de aquel templo; a la mañana siguiente cuando intentaron partir, el Cristo cobró un peso impresionante y no lo pudieron mover de ahí, así que se tomó como señal de que se edificara una capilla anexa para él (K). Los pobladores le tienen mucha fe, puesto que ha sido muy milagroso desde que el Cristo decidió quedarse en Tlacolula (P). Se han realizado diversos estudios sobre esta iglesia por varios investigadores para conocer su historia y antigüedad desde aproximadamente 1950, año en que se dieron una de las primeras investigaciones, así como restauraciones para seguirlo conservando (C).

Tabla 7. Mercado Martín González y tianguis dominical de Tlacolula de Matamoros

FICHA DE INVENTARIO	
FOLIO	**007**
NOMBRE DEL ATRACTIVO	Mercado Martín González y tianguis dominical
NOMBRE CIENTÍFICO	
CATEGORÍA	3
TIPO	3.2, 3.4, 3.5, 3.6
SUBTIPO	3.3.3
JERARQUÍA	5
UBICACIÓN	Se localiza en el centro del municipio de Tlacolula de Matamoros.
MEDIOS DE ACCESO	Vía carretera, automóvil, transporte urbano o taxi.
VISITANTES	Turistas nacionales y extranjeros. Visitas locales.
CARACTERÍSTICAS	Es uno de los mercados más grandes de México, resguarda parte de la autenticidad de los pueblos de Tlacolula de Matamoros.

Fuente: Roberto Boullón-CICATUR-OEA (2006)

El mercado ha sido marcado por un acto de intercambio cultural en el que participan otras comunidades pertenecientes y cercanas, tales como San Bartolomé Quialana, San Marcos Tlapazola, Magdalena Teitipac, San Juan Guelavía, San Lucas Quiaviní, Santa Anna del Valle y Teotitlán del Valle. Aunque desde un principio su ubicación original fue en donde hoy en día se encuentra la Escuela Primaria Mariano Matamoros y hoy está a una cuadra, siempre ha tenido la misma esencia de diversidad en productos derivados de las personas que ofertan originarios de las comunidades que rodean al municipio de Tlacolula.

Es un mercado lleno de tradiciones y conocimientos, así como lo menciona Molina L. y Campos A.,(2016) los mercados representan una fuente de información para conoce

aportan datos sobre su procedencia, todavía se conservan muchas de las características de los mercados prehispánicos, una de ellas es que permanecen en los mismos lugares en donde estaban establecidos los mercados prehispánicos del pasado. Por tales razones, distintos autores afirman que el sistema de mercados semanales tiene antecedentes en tiempos prehispánicos (Molina L. y Campos A., 2016).

En cada pasillo se pueden encontrar alimentos, artesanías hasta animales de cría como conejos, guajolotes y chivos. (C). Este mercado y su tianguis dominical, tiene un significado verdaderamente especial para los habitantes de este municipio, ha sido fuente de ingresos al comerciar sus productos (muchos de ellos elaborados propiamente, sembrados o criados por si mismos), lo que le da todavía mayor prestigio a sus productos, además de ser el punto de encuentro de diferentes culturas, pudiéndose observar desde la entrada con la vestimenta de acuerdo al lugar de donde vienen con sus trajes típicos que portan con orgullo, según se ha comentado en los primeros encuentros (P).

Tabla 8. Zona arqueológica de Lambityeco de Tlacolula de Matamoros

FICHA DE INVENTARIO	
FOLIO	**008**
NOMBRE DEL ATRACTIVO	Zona arqueológica de Lambityeco
NOMBRE CIENTÍFICO	
CATEGORÍA	2

TIPO	2.3
SUBTIPO	2.3.2
JERARQUÍA	4
UBICACIÓN	En la entrada del municipio de Tlacolula de Matamoros.
MEDIOS DE ACCESO	Vía carretera, automóvil, transporte urbano o taxi.
VISITANTES	Turistas nacionales y extranjeros. Visitas locales.
CARACTERÍSTICAS	En su apogeo se dedicaban al comercio de la sal.

Fuente: Roberto Boullón-CICATUR-OEA (2006)

Por la temporalidad de la ocupación de Lambityeco es contemporáneo a Monte Albán, y era parte del sistema de comercio de este último como un sitio especializado en la producción de sal. Esta sal se obtenía directamente en el rio "Salado" que pasa dentro de este municipio, por la evaporación del agua recolectada del Río Salado en grandes recipientes (P); se caracterizó por la riqueza artística que plasmó en los elementos arquitectónicos decorativos como los relieves estucados y la pintura mural, así como en artefactos labrados en hueso, y en las diferentes urnas funerarias recuperadas en los enterramientos existentes (C), según investigaciones del INAH, (2012). Cabe resaltar que existe una fuerte práctica de vinculación con deidades divinas o dioses que en este caso se representan en muros o fachadas encontradas junto con ofrendas como vasijas de cerámica y objetos elaborados con huesos, destacan varios grabados con la representación de cabezas de hombres en diferentes edificaciones. Se entiende que eran divinidades a las que se les ofrecía una ofrenda (K).

Tabla 9. Panteón Municipal (Fieles difuntos) de Tlacolula de Matamoros

FICHA DE INVENTARIO	
FOLIO	**009**
NOMBRE DEL ATRACTIVO	Panteón Municipal (Fieles difuntos)
NOMBRE CIENTÍFICO	
CATEGORÍA	3
TIPO	3.1
SUBTIPO	3.1.1
JERARQUÍA	4
UBICACIÓN	Al este de Tlacolula de Matamoros, en la salida a san Marcos Tlapazola
MEDIOS DE ACCESO	Vía carretera, automóvil, transporte urbano o taxi.
VISITANTES	Turistas nacionales y extranjeros. Visitas locales.
CARACTERÍSTICAS	Lugar donde se realizan las celebraciones de los Fieles difuntos alberga Ahuehuetes, árbol del tipo del conocido “árbol del Tule”

Fuente: Roberto Boullón-CICATUR-OEA (2006)

Lugar donde se realizan las celebraciones de los Fieles difuntos alberga Ahuehuetes (*Taxodium mucronatum*), árbol del tipo del conocido “árbol del Tule”.

Las culturas indígenas concebían la muerte como algo especial, en el que la vida y la muerte convivían en todas las manifestaciones de su cultura, así que se representaba y rendían tributo con un altar (Gómez y Delgado, 2000). En Tlacolula llama la atención por

ser un municipio en el que días antes la gente va a limpiar las tumbas, las adornan de manera especial con flores de cempa

(K). Se acostumbra a acompañar a sus difuntos en estos días para comer y tomar con ellos, mezcal, tepache, agua de sabor, tamales, empanadas o el platillo que más le gustaba al difunto, acompañado de una plática entre familiares y música que por lo regular son músicos que van ofreciendo melodías (P). Su festividad se prolonga hasta la tercera semana de noviembre cuando se efectúa la octava o los responsos que por lo general son días lunes con el fin de visitarlos y orientarlos en su camino, todo un ritual que ha prevalecido con el tiempo y que ha formado parte del Patrimonio de la Humanidad protegida por la UNESCO (C).

Tabla 10. Zona arqueológica y Área natural protegida Yagul de Tlacolula de Matamoros.

FICHA DE INVENTARIO	
FOLIO	**010**
NOMBRE DEL ATRACTIVO	Zona arqueológica de Yagul y Área natural protegida Yagul
NOMBRE CIENTÍFICO	
CATEGORÍA	2 y 1
TIPO	2.3- 1.5
SUBTIPO	2.3.1, 2.3.2 -1.5.2, 1.5.4
JERARQUÍA	5
UBICACIÓN	En el municipio de Tlacolula de Matamoros,

	camino a Mitla.
MEDIOS DE ACCESO	Vía carretera, automóvil, transporte urbano o taxi.
VISITANTES	Turistas nacionales y extranjeros. Visitas locales.
CARACTERÍSTICAS	Zona con dos decretos al área natural protegida y el conjunto monumental elevada a Patrimonio de la Humanidad.

Fuente: Roberto Boullón-CICATUR-OEA (2006)

La zona arqueológica de Yagul fue un asentamiento zapoteca-mixteca en el que se evidencian con pinturas rupestres encontradas en algunos muros y pisos. Esta zona se ha ganado dos decretos oficiales, el primero de ellos se dio en el año de 1999 para la creación de un Área Natural Protegida ANP, dentro de la categoría de Monumento Natural y posteriormente en el año del 2000 lo fue para crear la Zona de Monumentos Arqueológicos ZMA. Para el 2010 se eleva a Patrimonio Cultural de la Humanidad por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (INAH, 2012). En las formaciones rocosas y cuevas, así como varios conjuntos de arquitectura prehispánica de tipo monumental, funeral, habitacional y defensivo, descubierto por las excavaciones e investigaciones realizadas en la zona (C), se encuentran pruebas del posible inicio de la civilización en América (CONANP, 2013). También se encontraron vestigios de especies tales como chile, calabaza, frijol, tomate, y principalmente maíz, lo que da origen a la agricultura y al asentamiento en este valle, pasaron de nómadas a sedentarios (P). La presencia de al menos cuatro especies de plantas endémicas, que crecen dentro de la vegetación natural sumamente diversificada, caracteriza al bien propuesto. La belleza paisajística de las formaciones volcánicas está ligada a connotaciones sagradas y puntos de referencia que aún conserva este sitio para las comunidades indígenas vecinas (K).

Conclusiones

Primero, estamos perdiendo las formas únicas de vida, idiomas e identidades de los diversos pueblos del mundo. Para la humanidad en general, la pérdida de la diversidad cultural y lingüística representa una reducción drástica de nuestra herencia humana colectiva, una profunda disminución de nuestra comprensión de lo que significa ser humano. Es evidente que la población está dispuesta a crear un nuevo discurso para que el turismo sea de carácter biocultural, ya que aún existen conocimientos tradicionales relacionados con su ambiente, unificando el patrimonio tangible e intangible. -Permite reformular desde una perspectiva biocultural aquellos atractivos turísticos tradicionales que han sido referidos motivo de turismo. De este modo, se pudo confirmar que existe el interésde algunos de los habitantes de Tlacolula en proponer nuevas maneras de hacer turismo con nuevos lugares y objetos de la región; se visibilizó objetos y lugares que las nuevas generaciones menores de 20 años desconocen; el compartir e intercambiar información intergeneracional de sitios y experiencias en relación al territorio de Tlacolula; la disposición de una parte de la población que estaría dispuesta a organizarse para realizar un turismo biocultural; se apreció que los proyectos en general que se puedan llevar a cabo en Tlacolula pueden estar afectados por criterios y movimientos sociopolíticos, lo que causa cierta incertidumbre para llevarlos a cabo en un mediano y largo plazo; se tiene que comenzar a valorar sobre todo en las nuevas generaciones de Tlacolula porque muchas veces los jóvenes pierden la noción de su territorio y por ende la conservación de patrimonio, alejándose de la naturaleza porque ya no hay actividades de siembra como antes; siendo necesario que la población esté dispuesta a ser sensibilizada y sepan qué y cómo una parte de su identidad va a ser objeto de turismo.

Potencial de turismo alternativo: turismo biocultural

Después de realizar este listado de atractivos con diez potencialidades bioculturales, encontramos que el municipio de Tlacolula de Matamoros cuenta con atractivos que son elementos del Patrimonio Biocultural del Municipio de Tlacolula de Matamoros y que además pueden ser tratados desde la perspectiva del turismo alternativo: biocultural. Cada uno de ellos con su singularidad, importancia propia e historia que es lo que le da un sentido más interesante para los turistas. El hecho que un turista pueda conocer el pasado de

lo que visita, el cómo o porqué fue hecho, quién lo realizó, cómo se han adaptado al medio en el que viven, qué relación tiene con la naturaleza, son elementos que a un turista con el perfil biocultural le interesará.

Bibliografía

Acerenza, M. A. 2006. Conceptualización, origen y evolución del turismo. México: Trillas.

Agruco, E. A. 2010. Revalorización y conservación de la diversidad biocultural andina: experiencias y aprendizajes del programa regional BioAndes. Bolivia: AGRUCO.

Arizpe L. 2011. Cultura e identidad. Mexicanos en la era global. Revista de la Universidad de México. Nueva época.

Recuperado de http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/9211/arizpe/92arizpe2. Html

Boege, E., 2008. El patrimonio Biocultural de los pueblos indígenas de México. México: Instituto Nacional de Antropología e historia.

CONANP, 2013. Programa de manejo monumento natural Yagul. 1a. ed. Ed. CONANP. México.

, D. O. (2001). Plan Nacional de -
.

Gómez M. A. & Delgado J. A., 2000. Ritos y mitos de la muerte en México y otras culturas. Ed. Tomo. México. 9-13 p.

INAH, 2012. Primera etapa de restauración en Tlacolula.

Recuperado de http://www.inah.gob.mx/es/boletines/1584-concluye-primera-etapa-de-restauracion-en-tlacolula (Consultado: 25/06/17).

INAH, 2012. Patrimonio mundial.

Recuperado de http://lugares.inah.gob.mx/inicio/patrimonio-mundial.html

Maffri L.& Dilts O. 2014. Biocultural Diversity Toolkit. An Introduction to Biocultural Diversity. Terralingua.

Mejía A., 2011. Manual para jóvenes facilitadores. USAUD. México

Molina Luna, N. & G.V. Campos-Ángeles. 2016. Historia y situación actual de los mercados semanales en los Valles Centrales de Oaxaca. Revista Mexicana de Agroecosistemas

Plan municipal. 2001. Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006. México: Diario Oficial de la Federación.

Romero, A. A., & Vázquez, L. D. 2012. Patrimonio biocultural, saberes y derechos de los Pueblos originarios. México: CLACSO.

Toledo, V. M. 2012. Red de etnoecología y Patrimonio Biocultural. México: CONACYT.

UNESCO, 2010. La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva. Recuperado de https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400

CAPÍTULO IV

ENTORNOS EN EDUCACIÓN Y ECONOMÍA REGIONAL

CONTENIDO

Retos de la educacion superior para la innovación y el desarrollo en la nueva economía. (IPN-UPIICSA)

La implementación del modelo educativo aprendizaje basado en problemas. (UABJO-FCA)

Intervenciones en salud generadoras de entornos saludables en el mercado "Benito Juárez" de Puerto Escondido, Oaxaca. (UABJO-FCA)

Análisis del clima organizacional de una institución de nivel superior. (UABJO-FCA)

Estudiantes universitarios y las TICS. (UABJO-FCA)

El impacto negativo de las reformas estructurales en México, han fomentado la informalidad. (UABJO-FCA)

RETOS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR PARA LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO EN LA NUEVA ECONOMÍA

Evelia Rojas Alarcón
Gómez García Joas

Resumen

El presente trabajo de investigación, incursiona en la problemática del reto que supone el avance de las nuevas tecnologías en la sociedad del conocimiento, destacando que ese proceso solo puede ser atendido con programas educativos que capaciten a las generaciones que deberán hacerse cargo de este proceso, surge la necesidad de poner atención a la vinculación entre los agentes económicos en la Nueva economía, y la educación superior como eje rector.Es importante resaltar la importancia de este trabajo de investigación, que tiene como finalidad dar continuidad a otros estudios que impulsen la vinculación entre la empresa y el gobierno; el gobierno y la universidad; la universidad y la empresa, de tal forma que implique el impulso del crecimiento y desarrollo de una economía como la de México.

Palabras Clave: Educación Superior, Nueva Economía, Microinnovación, Vinculación.

Introducción

El avance de las nuevas tecnologías en la economía actual ha sido un fenómeno vertiginoso el cual forma parte de la reciente revolución industrial del fin del siglo XX e inicios del siglo XXI, e implica que prácticamente toda la actividad económica social se presenta reflejada en la participación de medios informáticos como: celulares, Internet, Telecomunicaciones, sistemas de control computarizado que se encuentran en casi totalidad del entorno en la vida de las personas, autos, aviones, telefonía, refrigeración, relojería,

libros, revistas, cuadernos y particularmente en todas las actividades de la sociedad, que requiere producir sus usos y aplicaciones para beneficio de la comunidad.

Estos medios se han vuelto indispensable para la vida actual de la sociedad, a partir de la desaparición, por obsolescencia, de los métodos tradicionales y artesanales, los cuales significan productos y procesos de notable peso en los circuitos comerciales y de una lentitud que hace, a los consumidores, preferir los medios modernos asociados con las nuevas tecnologías de la información y telecomunicación (TICs), por su significativo ahorro de tiempos y movimientos, así como en la utilización de espacios.

La descripción anterior puede ser denominada la Nueva Economía, como lo señala Jeremy Rifkin (2013), la cual se caracteriza por las nuevas formas de organización de los grupos de actores sociales, como la familia, la religión, la educación, el empleo industrial, el gobierno, los deportes masivos, y toda organización que se ha transformado durante los últimos años por el uso cada vez más intensivo de las TICs.

El quehacer cotidiano al nivel de los individuos en la Nueva Economía globalizada genera nuevas demandas a velocidades cada vez mayores, así como nuevos productos y nuevos gustos de la sociedad, de modo que han surgido nuevas formas de atenderlas y, en general, la sociedad se encuentra a la puerta de un Nuevo Orden económico que exige la consolidación de una nueva forma de vinculación productiva, que genere sinergia entre las empresas que atenderán en esa sociedad.

Planteamiento del Problema: Bajo el concepto descrito líneas arriba, donde es claro que los medios que utiliza la sociedad están en constante transformación y por lo tanto se requiere que la sociedad conozca las aplicaciones necesarias para el beneficio de sí misma. No es posible, como sociedad, continuar actuando de la misma forma en un entorno productivo que está en evolución ya que esto conduciría a permanecer en forma aislada, separada del contexto en el sentido sistémico, es decir, en los ámbitos económico, político, educativo y, en general en el sentido global.

Es en esta circunstancia en que las empresas se enfrentan a un proceso de cambio dinámico y permanente y por lo tanto requieren encontrar soluciones para adaptarse a la Nueva Economía so pena, de desaparecer en plazo breve. Hoy todos los agentes económicos

requieren estar atentos a los cambios que presentan su entorno: la nueva estructura de la demanda, en el caso de las compras por parte de los consumidores, y las características de las nuevas tecnologías para la producción en el caso de las empresas.

No solo los cambios de la tecnología para la producción serán el objeto de estudio, sino también el sector público, junto con las universidades y empresas deberá adaptar sus capacidades para atender los requerimientos de la actividad industrial. Habrá que analizar la forma que adquirirá el trabajo industrial, así como las características de las nuevas tecnologías, la normatividad jurídica nacional e internacional, las instituciones educativas, formadoras de la nueva fuerza de trabajo, así como de sus avances en las tecnologías emergentes. Asimismo, el Estado tiene el reto de apoyar a todo este organismo social vivo, mediante programas de política pública en todos los sectores de la comunidad, la que, necesariamente debe reconocer y asumir su responsabilidad para adaptarse a las nuevas condiciones que ya marca la globalización.

Lo anterior se considera un problema teórico-metodológico y por lo tanto la interrogante a resolver es: ¿cuáles deben ser las características de integración económica, que considere al sector de las Pyme, para lograr sostener e incrementar la competitividad, para el crecimiento y desarrollo económico de México? El objetivo general de esta investigación es mostrar, con argumentos que, dado el desarrollo de las fuerzas productivas, sintetizado en el concepto de sociedad del conocimiento, es necesario establecer como principio para el desarrollo socioeconómico, la estrategia de integración económica, aplicada principalmente en el sector de pequeñas y medianas empresas, para sostener e incrementar la competitividad en favor del crecimiento y el desarrollo económico en la sociedad mexicana. Esta estrategia debe apoyarse en esquemas de vinculación productiva, considerando los diversos sectores económicos y las diferentes capacidades regionales para la productividad.

Marco Teórico

Si la integración económica de grandes conglomerados, como los seis estados en ese momento independientes entre las que se cuentan: Prusia, Baviera, Sajonia, Prusia de Alemania, ubicadas en la Europa central durante la segunda mitad del siglo XIX, así como las Trece Colonias que al confederarse dieron formación a los Estados Unidos y más recientemente, la integración de la Unión Europea que se concretó al finalizar el siglo después de más de cincuenta años, dieron paso a la formación de nuevos países con un desarrollo económico sobresaliente. Si este proceso de confederación ha sido una estrategia de bienestar, entonces la integración de empresas especializadas en el sentido de la especialización descrita por Adam Smith, permite asegurar que la vinculación es una de las claves para el crecimiento y desarrollo económico.

La vinculación, se define en este trabajo de investigación, como el conjunto de procesos y prácticas planeadas sistemáticamente y continuamente evaluados, para el beneficio de los actores económicos que se interrelacionan entre sí, donde los elementos académicos y operativos se involucran con el propósito de desarrollar y realizar acciones y proyectos de beneficio mutuo que:

1.- Provean de servicios profesionales a colaboradores, especialmente a empresas;

2.- Conecten a los distintos agentes económicos con el mundo, para poder así aprovechar al máximo la vinculación como una herramienta que aumente la competitividad de las empresas.

3.- La vinculación involucra conocimientos, *Know How* (saber cómo) y *Show How* (mostrar cómo), ideas, información, acciones, proyectos, ciencia, tecnología y personas.

4.- La vinculación es crear foros o mecanismos permanentes de diálogo entre los sectores sociales: las empresas, el gobierno, las organizaciones sociales no lucrativas, las organizaciones no gubernamentales y las instituciones de Educación Superior, entre otras organizaciones sociales, para abordar temas de interés común entre las partes.

5.- La vinculación busca promocionar la interacción entre los distintos agentes económicos, sociales, políticos y educativos.

Por lo anterior, se entiende que la vinculación, es el medio por el cual, los agentes económicos de acuerdo con las demandas del entorno que los rodea, en el mediano y largo plazos, cubran necesidades específicas, bajo un esquema de calidad, competitividad y autoaprendizaje.

Los factores claves de algunos países industrializados, consisten en una mayor inversión en ciencia y tecnología y una elevada participación de la empresa privada en el proceso de innovación tecnológica. Esta situación, se presenta en el Grupo de los tres países más desarrollados (EUA, Japón y Alemania), que de acuerdo con Marcovitch (1991), tienen en común:

1. Un sistema adecuado de formación de mano de obra calificada, orientado hacia las necesidades del sector productivo.

2. Un sistema adecuado para la absorción y adaptación de los conocimientos existentes en las regiones.

Lo que permite que la verdadera fuente de riqueza sea la capacidad de innovación con que cuente para crear nuevas fuentes de energía, nuevos recursos, procesos más recientes y nuevos productos. De ahí que, las inversiones que un país realiza en ciencia y tecnología, garanticen la existencia de una competencia innovadora, que permita equipar los grandes desafíos con las normas apropiadas para enfrentarlos en los campos de la salud, educación, transporte, entre otros (Marcovitch, 1991).

Lo anterior, implica que se exija al sector productivo, desarrollar capacidades de innovación que le permitan competir en el mercado global, apoyado de un sistema científico y tecnológico fuerte y en constante desarrollo.

Ante esta realidad, y limitado para invertir en investigación y desarrollo, el sector productivo se ve en la necesidad de recurrir a diferentes estrategias que le permitan hacer uso de la tecnología, a través de la vinculación.

La vinculación es un requisito para la integración y el desarrollo de sistemas. Una vinculación puede comprenderse como un encadenamiento entre elementos de un sistema. Ese encadenamiento significa que al actuar un subsistema implica efectos sobre el resto de

los subsistemas y por lo tanto se tendrá como efecto un crecimiento del todo o, en sentido contrario, un decrecimiento del todo. La vinculación es una propiedad recursiva de un sistema.

En la actualidad se identifican siete etapas que dan forma a la Microinnovación, como subsistema económico, donde los elementos son todos los agentes que intervienen en la innovación, entendida esta como la generación de riqueza a partir de cambios en el producto final o en el proceso productivo donde las nuevas formas organizativas de la producción resultan altamente útiles en el ámbito industrial y se difunden así rápidamente dando un aumento en la velocidad de producción tanto como en volumen y por lo tanto aumentando la riqueza social.

Se identifican siete etapas necesarias para que se dé el proceso de innovación:

1) Búsqueda de oportunidades en el mercado,
2) Invento tecnológico del producto o de una parte del proceso,
3) Generación del prototipo industrial, o del servicio,
4) Diseño de las inversiones requeridas,
5) Esquema de financiación de la inversión,
6) Construcción del proyecto industrial o de servicios y
7) Penetración del mercado, incluyendo dos etapas: distribución del producto y evaluación de la satisfacción del cliente (mercado de factores) (Gómez, 2012).

Definición de Microinnovación: Microinnovación es el estudio de la gestión de la innovación desde la génesis empresarial, donde el empresario que posee un espíritu emprendedor organiza sus recursos económicos e intelectuales para introducir un nuevo o modificado producto al mercado. La microinnovación considera que es necesario el cumplimiento de siete etapas antes señaladas. Existe una interacción entre cada una de las etapas y agentes o momentos participantes en el sistema

El modelo microinnovación tiene sus orígenes en el proyecto de investigación SIP20121744 denominado ”Mapa estratégico para la microinnovación como Apoyo en la Formulación de Políticas Públicas” del Instituto Politécnico Nacional (IPN), en la Unidad

Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (UPIICSA), en la Sección de Estudios de Posgrado e Investigación,

De acuerdo con Bueno (2014), un medio innovador es: “un sistema de estructuras sociales, institucionales, organizativas, económicas y territoriales que crean las condiciones para la generación continua de sinergias, tanto entre las unidades de producción como con el entorno en su conjunto” y que para crear un medio innovador, los procesos tienen que estar orientados a compartir recursos tangibles e intangibles para estimular aprendizajes compartidos.

También argumenta que una parte importante para una colaboración efectiva, es la proximidad organizacional propuesta por Boshma, ya que habilita la interacción y la coordinación, lo cual requiere una base competitiva de material y humana. Esta proximidad produce una derrama de conocimiento y arreglos organizacionales como redes o cadenas de producción (Bueno, 2014:16).

Querétaro ha sido beneficiado por la inversión del gobierno federal para ampliar la cobertura de educación a nivel medio superior. Pero la percepción de los ejecutivos de las grandes corporaciones y de las empresas locales, es que los programas formativos de estas instituciones públicas no se mantienen en permanente actualización para responder a los requerimientos de la industria basada en tecnología. En respuesta a esta deficiencia, las empresas han creado escuelas de entrenamiento al interior de la empresa, en las cuales se seleccionan los mejores alumnos para permanecer en la empresa.

Los resultados de la Encuesta Nacional de Innovación de 2006, sobre las actividades de innovación de las Pymes en México en el sector manufacturero y de servicios, el 24% llevaron a cabo un proyecto de innovación de un total de 16,398 empresas, demostrando que las empresas están enfocando esfuerzos hacia la innovación, espacialmente las empresas con 101 a 250 empleados. Sin embargo, la gran mayoría de los proyectos se ha desarrollado sin contar con alguna colaboración con centros de investigación o instituciones de educación superior, prefiriendo la colaboración con proveedores y clientes.

De acuerdo con los estudios analizados, se llegó a la conclusión que la innovación en las Pymes es mucho más efectiva y eficiente cuando se trabaja de manera colaborativa con

otras Pymes y con organizaciones sociales, además las actividades de colaboración promueven la innovación, a través de flujo de información en los distintos canales de comunicación que tienen las empresas (López et al, 2016:13)

Gran parte de las Pymes en México no tienen un claro conocimiento de las ventajas que ofrece la colaboración, ni tampoco de cuáles empresas elegir para realizar las actividades de colaboración, ya que los beneficios que pueden obtener dependerán, en gran parte, de las situaciones particulares de cada una de ellas. Las variables permiten concluir que la colaboración debe ser a largo plazo y se debe realizar con empresas que se consideren pertinentes, para que se esté en condiciones de mejorar o generar nuevo conocimiento entre las empresas colaboradoras. Estas actividades de colaboración facilitan el uso de recursos externos de la empresa, lo cual puede llevar a un incremento significativo del rendimiento empresarial, la productividad y las ventas.

Los esquemas de gobierno de las CGV, suponen diferentes niveles de coordinación entre las actividades realizadas al interior de las mismas. Las estructuras de gobierno pueden modificarse a lo largo del tiempo, lo cual dependerá no solo de cambios en las estrategias de las empresas involucradas, sino también en los factores institucionales, tecnológicos y de innovaciones organizacionales.

Dadas las carencias en materia de capacidades innovativas y tecnológicas que exhiben, en general las redes de proveedores en los países en desarrollo (por ejemplo en América Latina), es más factible que las firmas de los países en desarrollo tiendan a insertarse en cadenas con estructuras cuasi-jerárquicas o jerárquicas, mientras permanecen excluidos de los sistemas tipo red Network.

Participar en las CGV no es, por sí solo, un aspecto positivo desde el punto de vista de la competitividad a largo plazo de una empresa, sino que dicha participación debe estar acompañada de un conjunto de factores que estimulen la jerarquización de las firmas locales y permitan que ellas absorban los potenciales beneficios derivados de su participación (Kosakoft, 2008:15).

Metodología

Este trabajo utiliza el método analítico, estudia los hechos partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para analizarlas de forma individual y luego de forma holística e integral, lo que permite comprender el objeto de estudio y sus efectos sobre el todo.

Resultados

Los resultados que se desprenden de este análisis permiten asegurar que el avance de las tecnologías en la actualidad, conduce a un cambio radical en la forma de organización de la sociedad ya que se modifican los hábitos sociales y económicos generando a su vez la necesidad de que la sociedad en su conjunto tenga el conocimiento para aprovecharlos en su beneficio.

En un trabajo de Gioconda Capecci, sobre la tecnología, se aprecia que esta puede ser comprendida en dos partes; la tecnología incorporada y la tecnología no incorporada, haciendo referencia a que por una parte están presentes los aparatos, equipos, instrumentos, pero esos objetos del trabajo solo tienen utilidad si el operario tiene el conocimiento para su aplicación. De esta manera, el avance tecnológico es un excelente recurso solo que existan programas de capacitación en todos los niveles educativos que garanticen su eficiente utilización, de esta manera la tecnología requiere necesariamente de programas de capacitación adecuados a su grado de implementación. Por esta razón la educación hoy juega un papel fundamental en el desarrollo económico de la sociedad.

Por otra parte, la teoría de la Microinnovación plantea que un producto novedoso puede llegar al mercado siempre que se le apoye a través de la realización de diversas actividades, sin las cuales no es posible que se complete este fenómeno, la microinnovación implica la participación de diversos agentes en forma sistémica y por lo tanto, en igual forma que en el punto anterior, el progreso del sistema de innovación requiere una capacitación en todos esos agentes involucrados para alcanzar el desarrollo.

Conclusión

Educación y Desarrollo son dos conceptos encadenados *sine qua non* el uno tiene virtudes estando encadenado al otro, entendiendo por educación el proceso de formación de recursos humanos, para la mejora de las condiciones de vida de la sociedad. Por lo tanto, ante los retos de la Nueva Economía que se avecinan, es necesario que nuestra sociedad esté preparada para fortalecer el conocimiento en todos los niveles de la sociedad.

Por otra parte, la teoría de la Microinnovación destaca la imperiosa necesidad de colaboración sistémica entre los diferentes agentes productivos que adquieren riqueza mediante su orientación a la satisfacción de necesidades de la sociedad a través de los mercados.

En síntesis en los próximos años y antes de terminar la tercera década del siglo es conveniente saber que en nuestro país habremos logrado integrar un sistema nacional de innovación donde todos los agentes productivos conozcan sus actividades con la participación de la Nueva Economía que se avecina.

Bibliografía

Bueno Castellanos Carmen, (2014). Empresas locales en los circuitos globales de reproducción e innovación, México.

López Torres Gabriela, Maldonado Guzmán Gonzalo, Pinzón Castro Sandra, García Ramírez Ricardo, (2016). Colaboración y actividades de innovación en las Pymes,

Marcovitch (1991). Gestión tecnológica en la empresa y desarrollo." En: Camino moderno al desarrollo. El rol de la gestión tecnológica. Santiago de Chile, Centro Interuniversitario de Desarrollo, CINDA, abril 1991

INEGI. (2014). www3.inegi.org.mx. Recuperado el 11 de 11 de 2015, de www3.inegi.org.mx.

LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO EDUCATIVO APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS EN LA FCA DE LA UABJO

Rosa Elía Martínez Zaguilán

Resumen

Se analizó el tema de investigación denominado *"La implementación del modelo educativo Aprendizaje Basado en Problemas"* en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca (UABJO), fundamentado en la teoría y los resultados empíricos localizados en las fuentes de consulta disponible por medio de los supuestos de la fenomenología; se recolectaron datos por medio de una entrevista a profundidad practicada a dos directivos principales: El Coordinador de la Licenciatura en Contaduría y el Coordinador de la Licenciatura en Administración. Se analizaron indicadores y se diseñaron ítems para un cuestionario. Para medir el grado de satisfacción de los estudiantes que utilizaron el modelo educativo ABP, al finalizar el semestre se interpretaron las respuestas del cuestionario de la Universidad de Colima (México) de Márquez, Uribe, Montes, Monroy, y Ruiz (2011), denominado "El Cuestionario de Indagación del Perfil Auto dirigido" mejor conocido como CIPA y se aplicó a 85 estudiantes sobre el grado de satisfacción , así mismo se observaron las tutorías y presentaciones orales, se hizo un análisis de contenido, una autoevaluación y evaluación y se practicó una evaluación a la tutora. Los resultados mostraron el efecto del modelo educativo ABP, en la autodirección del aprendizaje, la autoevaluación y evaluación en pares a estudiantes, la evaluación a la tutora, la observación de las prácticas de aula o tutorías y la observación de las presentaciones orales, la satisfacción de los estudiantes de la Licenciatura en Administración de la asignatura de Mercadotecnia Inicial que han aprendido con el modelo y las ventajas e inconvenientes percibidos por los estudiantes al utilizarlo.

Palabras clave: *Aprendizaje Basado en Problemas, Docente, Estudiantes.*

Introducción

*Planteamiento del problema***.** En la Facultad de Contaduría y Administración de la UABJO, se implementó el Modelo Educativo Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) cuyo objetivo es que el estudiante analice ciertas situaciones problemáticas, profundice en algunas de sus causas o efectos y potencie sus competencias cognitivas a través del planteamiento de posibles soluciones. De ahí, que su eje central sea precisamente la resolución de problemas, pues lo que se procura es ubicar a los sujetos en escenarios conflictivos que hacen necesaria la reflexión, la toma de decisiones, el uso de estrategias y el desarrollo del pensamiento crítico en contraposición a la simple ejercitación de procesos mecanizados y rutinarios. En esto radica su utilidad e importancia. En este modelo, los estudiantes forman equipos de trabajo con la finalidad de analizar y resolver ciertos problemas diseñados o seleccionados por el docente, para el alcance de determinados objetivos. La enseñanza basada en la resolución de problemas es actualmente el modelo más utilizado en el área educativa de países europeos como Holanda, España, República Checa y Suecia, países de América, como es el caso de Brasil, Cuba, México, Estados Unidos y Canadá. Para poner en práctica el principio general de aprendizaje activo.

Objetivo

Analizar y medir el impacto administrativo en la implementación del modelo educativo ABP, a los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración de la UABJO.

Marco Teórico

Nuevas formas de enseñar y aprender en las aulas del siglo XXI en el marco legislativo y calidad de enseñanza en el “Espacio Europeo de Educación Superior” (EEES) (Salaburu, Haug y Gines, 2011). A nivel mundial se ha ido reconociendo la importancia de la

educación general, y de la educación superior en particular, para el futuro de los habitantes. Nadie pone en duda la existencia de una estrecha relación entre el nivel de educación y la capacidad tecnológica e innovadora de cada país y el papel que aquél es capaz de desempeñar en un mundo cada vez más globalizado y competitivo.

En otras palabras, el futuro de cada país en Europa, y el futuro de Europa en el mundo, dependen de la capacidad innovadora y competitiva de su sistema de educación (Salaburu P y Mora, 2011). La construcción del EEES se sitúa en el marco de las reformas educativas impulsadas por el proceso económico de globalización dirigido políticamente por diversas instancias internacionales como el Banco Mundial, la Organización Mundial del Comercio, la OCDE y la UNESCO (1998).

El "Espacio Europeo de Educación Superior" es un proyecto conjunto de 47 países, dentro y fuera de la Unión Europea, en el cual participan los Ministerios de Educación de todos ellos, además de contar con la cooperación de Universidades y estudiantes, que se marcaron como meta el establecimiento de un EEES en el año 2010.

El objetivo principal es cambiar la filosofía y la metodología de los estudios universitarios armonizando los diferentes sistemas educativos de la Unión Europea, facilitando la movilidad de estudiantes y docentes, tanto como la compatibilidad y la equiparación entre estudios. EEES afecta directamente a más de 8,000 instituciones de educación superior y a más de 25 millones de estudiantes y a sus familias.

Así, para los estudiantes es más sencillo acumular los créditos obtenidos en el marco de distintos programas y simplifica el reconocimiento de los estudios realizados en otro país por parte de su centro de enseñanza de origen (Puerta y Crisol Moya, 2012). Un crédito ECTS equivale a 25 horas de trabajo del estudiante; incluye: actividades académicas dirigidas (tutorías), búsquedas bibliográficas o de investigación; seminarios; talleres; prácticas de aula; análisis y tratamiento de la información como búsquedas en bibliotecas, en internet, horas dedicadas al estudio y horas dedicadas a la evaluación.

Sin embargo, transmite con eficacia conocimiento a los estudiantes en las aulas ya que no parecen tener excesivos problemas para competir en el exterior con sus colegas de otros países (Salaburu, Haug y Gines, 2011).

Metodología

En esta etapa se presenta la metodología que se utilizó en la recolección de la información para analizar "La Implementación del Modelo Educativo Aprendizaje Basado en Problemas" en la Facultad de Contaduría y Administración, de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca.

La investigación para analizar el modelo educativo, en la Licenciatura en Administración es de tipo Cualitativo, descriptivo con base en el método fenomenológico, para obtener información con respecto a la percepción de los sujetos de estudio; se empleó el enfoque Cualitativo debido a que se centra en el aspecto social, la cualidad se revela por medio de las propiedades de un objeto o de un fenómeno (Romero González, 2009).

A través de la fenomenología se aplica el método que es capaz de descubrir, por análisis descriptivo sensible tal como son captadas por la conciencia. El método cualitativo a través de la fenomenología, permite validar los instrumentos cualitativos a través de la revisión del contexto que definen los sujetos de estudio.

La presente investigación se basa en la combinación de los tres métodos: estadístico, descriptivo y fenomenológico, ya que busca analizar en una primera etapa la percepción en la implementación del modelo educativo ABP, en el aspecto descriptico la metodología que se empleará en la resolución de los casos y por último en lo que respecta a lo fenomenológico qué relación tienen sus expresiones con la dimensiones propuestas en los resultados empíricos revisados y que sirven como base para este estudio.

Estudios descriptivos: Son aquellos que muestran el comportamiento de las variables y dan pie a los medios correlaciónales, que como su nombre lo indica son los encargados de establecer las relaciones entre las variables.

"Los estudios descriptivos miden de manera independiente las variables a las que hace referencia, aunque, desde luego, pueden integrar las mediciones de cada una de dichas variables para decir como es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés; su objetivo no es

indicar como se relacionan las variables medidas“ (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2016).

Diseño de casos o problemas

Se diseñaron diferentes supuestos o casos reales en forma de problemas complejos, poco estructurados y de solución abierta. El contenido de los problemas incluyó diferentes temáticas específicas de la asignatura, entre ellas: conceptos y etapas del proceso de desarrollo de nuevos productos y del ciclo de vida del producto. Así como desarrollar el concepto de innovación de la empresa denominada “Xhocolet “, su importancia, aplicación, práctica. Se analizaron las estrategias de nuevos productos.

Los casos presentados para trabajar con ABP se encuentran en los anexos de dicha investigación. El diseño del caso práctico se realizó en los seis meses anteriores a la aplicación ABP; se seleccionaron casos reales de cada capítulo en la materia que imparte la autora.

Se siguieron las recomendaciones éticas de la Declaración de (Helsinki, 2000) protegiendo la confidencialidad de los casos prácticos, cambiando sus nombres y evitando datos confidenciales. La elección de los casos se hizo seleccionando los de mayor interés para el aprendizaje de la Licenciatura en Administración y los temas más complejos, incluyendo múltiples problemas con la necesidad de un abordaje de los estudiantes desde el punto de vista integral (Biopsicosocial) y multidisciplinar. Cada caso práctico asignado a cada grupo de 4-6 estudiantes, fue diferente para profundizar en los distintos contenidos de la asignatura.

Resultados

Efecto de la estrategia didáctica ABP en la autodirección del Aprendizaje

Grafico 1: Sexo

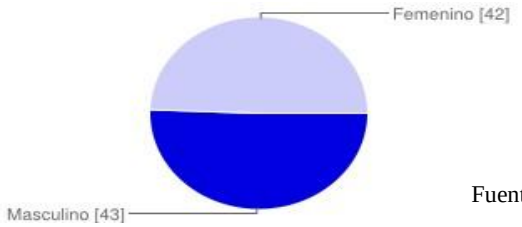


Tabla 10. Sexo

Masculino	**43**	**51%**
Femenino	**42**	**49%**

Fuente: Trabajo de campo (febrero-julio 2017)

A través de los resultados que se presentan se pretende responder al objetivo de medir la autodirección en el aprendizaje de los estudiantes de la Licenciatura en Administración, de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca, se aplicó a una muestra de 85 estudiantes de dicha universidad, los cuales cursan la materia de Mercadotecnia Inicial.

El porcentaje de encuestados masculinos fue del 51% de la muestra, el porcentaje de encuestados femeninos ascendió al 49% de la muestra.

Edad

19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27

Las edades de los encuestados fluctúan en el rango de los 19 a los 27 años.

Periodo

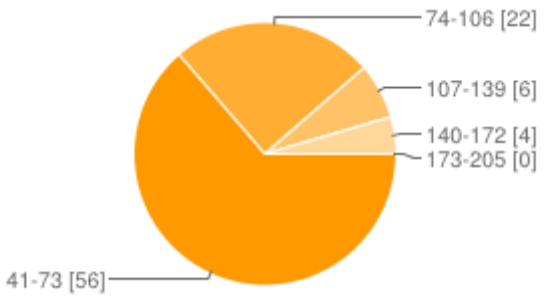
2017-2017

El periodo escolar en el cual se aplicó la encuesta fue el semestre 2017-2017 de la Facultad de Contaduría y Administración, dependiente de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca.

Resultados de la auto exploración y auto entendimiento

Gráfico 2. Autodirección

Gráfico 2. Autodirección



41-73	56	64%
74-106	22	25%
107-139	6	6%
140-172	4	5%
173-205	0	0%

Fuente: Trabajo de campo (febrero-julio 2017)

El resultado del grado de autodirección arrojó un 64% de alta autodirección, un 25% de buena autodirección, un 6% de regular autodirección y un 5% de baja autodirección.

Grado de satisfacción del estudiante Respecto al ABP

Gráfico 3. Nota media actual (aproximada)

Gráfico 3. Nota

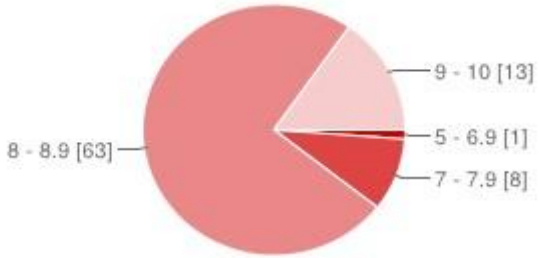


Tabla 12 . Nota

5 - 6.9	**1**	**1%**
7 - 7.9	**8**	**9%**
8 - 8.9	**63**	**74%**
9 - 10	**13**	**16%**

Fuente: Trabajo de campo (febrero-julio 2017)

La consulta del promedio de nota media actual arrojó un 1% de Mala nota, un 8% de

Notas bajas, un 74% de notas buenas y un 16% de notas excelentes.

Gráfico 4. Método de enseñanza preferido

Gráfico 4. Modo de enseñanza

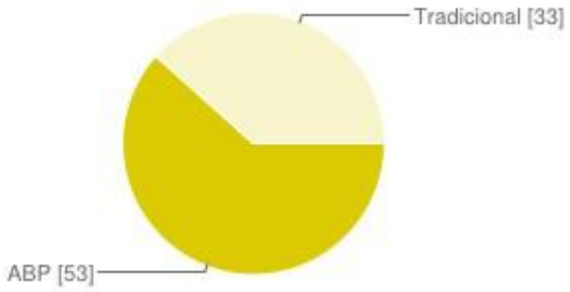


Tabla 13. Modo de enseñanza

ABP	**53**	**62%**
Tradicional	**33**	**38%**

Fuente: Trabajo de campo (febrero-julio 2017)

Relativo a la preferencia del método de ABP versus el método tradicional se obtuvieron el 62% de preferencias con el ABP y el 38% con el tradicional.

Conclusiones.

- ABP no es una simple aplicación del modelo educativo que pueda utilizarse en las aulas sin realizar cambios estructurales; son necesarios cambios organizativos, culturales y reqiere un cambio de actitud en el docente y en la institución educativa.
- De acuerdo con los resultados de la investigación, el perfil auto dirigido de los estudiantes mejora después de utilizar ABP y es de suma importancia para el desarrollo de la autonomía y autorregulación en su aprendizaje. El desarrollo de la competencia "aprender a aprender" servirá para un aprendizaje para toda la Vida necesaria en los profesionales de la Licenciatura en Administración del siglo XXI.
- Utilizar un modelo educativo ABP permite una elevada satisfacción en los estudiantes y en los docentes que la emplean. Los roles cambian siendo los estudiantes los protagonistas de su propio aprendizaje y los docentes los que les guían; existe una retroalimentación constante en el proceso, tanto en sesiones de evaluación, como en el trato personal y se mejora la comunicación entre todos.

- El aprendizaje al utilizar ABP es de mayor calidad, se trata de un aprendizaje profundo con la intención de resolver problemas complejos del mundo real. Debido a la complejidad de las situaciones a resolver, se activan actividades intelectuales de nivel superior como la reflexión, el pensamiento crítico, la creatividad, el razonamiento de casos reales.
- ABP permite ensayar en las prácticas de aula o tutorías, las competencias necesarias para el futuro ejercicio profesional como el trabajo en equipo, la búsqueda de información, la mejora en habilidades sociales, la comunicación escrita y oral, el uso de tecnologías, la transferencia y construcción de conocimientos para aplicarlos en otras situaciones de casos reales.

Bibliografía

Helsinki, (2000). Declaración de Helsinki. Santiago, Chile. Revista Scielo.

Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio. (2016). Metodología de la investigación 6ta edición. Editorial Mc Graw Hill

Márquez, Uribe, Montes, Monroy, y Ruiz (2011). *Satisfacción Académica con el ABP en estudiantes de Licenciatura de la Universidad de Colima*

Puerta y Crisol Moya. (2012). La Internacionalización de la Educación Superior. El caso del Espacio Europeo de Educación Superior. Universidad de Granada, España.

Romero González, (2009). Manual de Investigación para principiantes. Cartagena de indias Colombia. Editorial Universidad Libre Sede Cartagena

Salaburu P, H. G., y Mora, J. G., (2011). España y el proceso de Bolonia, un encuentro imprescindible. Academia Europea de las Ciencias y las Artes .

Valle, A. E., (2010). El Aprendizaje Basado en Problemas. Madrid. España: Narcea, S.A de Ediciones.

INTERVENCIONES EN SALUD GENERADORAS DE ENTORNOS SALUDABLES EN EL MERCADO "BENITO JUÁREZ" DE PUERTO ESCONDIDO, OAXACA.

Humberto Trujillo Valdivieso
Yuko Nakamura Lopez

Resumen

Las ***intervenciones en salud***, son estrategias diseñadas para mejorar las condiciones de salud individuales y/o colectivas de las sociedades humanas, en sus diferentes escenarios donde se reproduce la vida cotidiana. Los ***Mercados Públicos*** son espacios donde se recrea de la vida comercial, tecnológica y social de una región (Eder, 1975). En este sentido, el objetivo del presente trabajo se avocó en analizar las intervenciones en salud con la finalidad de identificar factores que generen un ***Entorno Saludable*** al interior del Mercado Público "Benito Juárez" de Puerto Escondido, San Pedro Mixtepec, Oaxaca. Lo anterior, mediante el análisis de las intervenciones en salud en el Mercado "Benito Juárez", lo cual generarán un entorno saludable a través de los procesos de mejora del mismo. La metodología aplicada para la ***Certificación*** incluyó reuniones con locatarios, la aplicación de cédulas de evaluación rápida de las diferentes áreas del Mercado, aplicación de cuestionarios a los diferentes actores (locatarios, visitantes locales, nacionales e internacionales); se impartieron pláticas con enfoque a salud; los datos fueron analizados por estadística descriptiva. El análisis de los cuestionarios aplicados a los locatarios señalaron tres actividades principales e importantes en el proceso de certificación: limpieza general del mercado (27%), fumigación (25%) y descacharrización (18%). La intervención en salud llevada a cabo aceptó a la certificación como una alternativa de mejora tanto por los locatarios como por los visitantes para generar un entorno saludable, influyendo en diversos escenarios y obteniéndose otros beneficios como ambientales, culturales, económicos y turísticos.

Palabras clave:

Certificación; Intervenciones en Salud, Mercados Público, Entorno Saludable.

Introducción.

Los Mercados han sido descritos como espejo de la vida comercial, tecnológica y social de una región, tomando en cuenta que las actividades del mercado se centran alrededor del contacto humano y de la interacción entre los individuos y los grupos de productores, (Eder, 1975; Van Broekhoven, 2015). Los mercados públicos sean o no de propiedad Municipal, son los que se encuentran asentados dentro de un local, edificio o área que la Autoridad Municipal les otorgue para su funcionamiento y estan sujetos a una serie de requerimientos (Cabildo-Municipal, 1984). Entre las interacciones que observamos en los mercados se encuentra una dinámica positiva entre el desarrollo sustentable y la salud (OMS, 2006).

A nivel internacional existen diversos modelos, esquemas y guías para la inocuidad de los alimentos, con programas de Mercados y Restaurantes Saludables; aun así, en nuestro país existe la necesidad de construir un esquema de abordaje interinstitucional e intersectorial para el acompañamiento y el control de la producción, elaboración y comercialización de alimentos y productos seguros y saludables en el marco de ferias, las fiestas patronales, tianguis y mercados locales. En México, la actividad de intervención en mercados se realiza con ciertos procesos descritos en el presente trabajo, como se ha observado en algunos mercados, principalmente en zonas turísticas sin que exista una guía o una cédula robusta que permita la evaluación de este proceso sistemáticamente.

El objetivo del presente trabajo fue desarrollar una intervención en salud que fuera más allá de la seguridad alimentaria incluyendo aspectos propios de la regiones que vulneran sus actividades como son el cambio de estilos de vida saludables, fomento a actividades de promoción, nutricionales y así como fomentar edificios promotores de salud incluyendo la participación de diversos sectores como de Protección civil, Turismo, Productivo, entre otros; fomentando el trabajo interinstitucional entre los mismos, en busca de desarrollar un turismo de bienestar a través de los mercados, entendido este como “la suma de todas las relaciones y fenómenos resultantes de un viaje y estancia de personas cuyo principal motivo es preservar y promover la salud” (de la Hoz, 2013).

El diseño, ejecución y evaluación de la intervención en salud desarrollada, integró a diversos sectores, instituciones y a la sociedad en general con la perspectiva a transitar de una intervención en salud pública a una política pública que facilite un proceso de diagnóstico, evaluación y seguimiento de los procesos de certificación de mercados públicos.

Las principales limitantes durante el desarrollo del presente trabajo fueron: (1) la escasa bibliográfía que existe sobre el tema; (2) la interacción con los representantes de los locatarios, con los locatarios y en su conjunto con la asamblea general al momento de construir acuerdos para la toma de decisiones, y la conciliación para participar en las capacitaciones con enfoque en salud; (3) la relación con los diferentes niveles de autoridad municipal (presidencia y agencia municipal), y su nivel de acción; (4) también la concertación con las diversas instituciones a involucrarse en el proyecto.

Marco Teórico.

Los mercados se pueden clasificar como: a) mercados comunitarios, de ámbito local; b) mercados municipales; c) mercados microrregionales; d) mercados de ámbito regional; establecidos en las principales ciudades rectoras dominantes de las regiones indígenas donde se establecen relaciones de interdependencia urbano-rural (Nahmad & Carrasco, 2008). Tambien han sido clasificados de acuerdo a sistemas como: a) mercados semanarios; b) mercados públicos y/o fijos; c) centrales de abastos; d) mercados nacionales, de comercialización general; e) mercados internacionales (Veerkamp, 1982).

Los “Mercados Públicos” se han estudiado con perspectivas antropologicas, economicas, culturales, históricas, sociales y biológicas y actualmente estos siguen siendo atracción de análisis por diferentes áreas del conocimientos (Giraldo, Baquero, Bermúdez, & Oliveira-Miranda, 2009; Linares & Bye, 2009), como en el caso del área de la salud publica donde se propuso intervenir con la estrategia de “Mercados de Alimentos Saludables” (OMS, 2006).

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2006), toda la riqueza y gama de mercados, puede incidir de manera directa en el estado de la salud del individuo y la comunidad local, esta relación benéfica mutua puede contribuir a una cultura de negocios que se encuentre en armonía con la salud y con otras necesidades de la comunidad. Dentro de los beneficios que los mercados ofrecen encontramos una gran oportunidad para la educación práctica sobre una serie de temas relacionados a la salud, tanto para los vendedores como para los consumidores, así como para las familias de los mismos, entre otros. En este sentido, la OMS inició la promoción de los "Mercados de Alimentos Saludables" como una metodología para promover la seguridad alimentaria junto a temas relacionados con el medio ambiente. Paralelamente algunos países de latinoamericana comienzan a desarrollar sus Programas "Mercado Saludable y Productivos" impulsados OPS-OMS. En Bolivia se realizó una de las primeras intervenciones en la localidad de Santa Cruz de la Sierra en el 2003; seguido por Perú, y extendiendose a otros países Europeos, Asiáticos y Africanos (Selum, 2008). Es importante decir que países como Ecuador diseñaron normas técnicas, manuales para el reconocimiento y la certificación de mercados saludables (Ministerio-de-Salud-Pública, 2016).

Asimismo la OPS, plantea la estrategia de "Mercados Saludables" buscando mejorar las condiciones de expendio de alimentos en el municipio a través del establecimiento de políticas públicas saludables, legislación, servicios y programas con las personas que trabajan en los mercados y con los consumidores (Romero-Cuevas, 2006).

En los "Mercados Públicos" pueden aparecen brotes de enfermedades transmitidas por alimentos virtualmente en todos los continentes, demostrando que los alimentos inseguros constituyen un problema mundial de salud pública, se conocen más de 200 enfermedades que son transmitidas por los alimentos. Los efectos adversos para la salud provenientes de las enfermedades transmitidas por alimentos van desde las gastroenteritis hasta las condiciones que afectan a la vida como cáncer, defectos de nacimiento, y síndromes neurológicos, hepáticos y renales (OMS, 2011).

En este sentido, se ha descrito que el problema público es por definición, lo que puede tener razonablemente una solución pública (Aguilar-Villanueva, 2006), que debe ser abordado a

través de políticas públicas, entendiendo por las mismas como las acciones de gobierno con objetivos de interés público que surgen de decisiones sustentadas en un proceso de diagnóstico y análisis de factibilidad, para la atención efectiva de problemas públicos específicos, en donde participa la ciudadanía en la definición de problemas y soluciones (Franco-Corso, 2017).

En base a la Carta de Ottawa 1986, adoptada en la Conferencia Internacional de Promoción de la Salud, se recomienda a los países signatarios un compromiso a favor de la promoción de la salud, a través de la adopción de políticas públicas saludables (OMS, 1986) y a la 9ª Conferencia de Promoción a la Salud, llevada a cabo en Shangai en el 2016, los países se comprometen dar prioridad a las políticas que generen beneficios conjuntos para la salud y el bienestar y a las políticas urbanas en otros ámbitos, aprovechando al máximo las tecnologías de innovación e interacciones sociales (WHO, 2016).

Para garantizar los derechos establecidos por la Constitución Mexicana y base al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, así como el marco conceptual del Modelo de Atención Integral del Sistema Nacional de Salud (MAI) aborda, como uno de sus temas primordiales, los determinantes de la salud, con el fin de influir de manera positiva en la salud de los individuos y comunidades (Secretaria-de-Salud, 2015).

Metodología.

La presente investigación se desarrolló con Intervenciones en Salud en el Mercado “Benito Juárez” de Puerto Escondido, San Pedro Mixtepec, Oaxaca, durante los años 2013, 2014 y 2017, tomando como referencia la metodología desarrollada en Bolivia (Selum, 2008), introduciendo diversas modificaciones para la Certificación de Mercado. Tomando en cuenta las siguientes etapas: Diagnostico (levantamiento de cedulas rápidas), sensibilización, capacitación en seis pasos para salud, sistema de evaluación, control y seguimiento (Limpieza general, Fumigación y Descacharrizacion).

Definición operacional de las variables

Diagnostico: Etapa en la cual se diseñó y aplicación de una cedula rápida de evaluación de

las diferentes áreas del mercado

Sensibilización: Etapa donde se socializaron los beneficios y se expusieron los argumentos a favor del emprendimiento (Selum, 2008).

Capacitación en seis pasos para la salud: Etapa basada en la Estrategia implementada por el Gobierno Federal para prevenir riesgos sanitarios (COFEPRIS, 2016)

Variables modificadas (Selum, 2008): participación en proceso de certificación: limpieza general del mercado, fumigación, descacharrización y pláticas de 6 pasos para la salud.

Diseño de cuestionarios

La colecta de información de la intervención se realizó através de dos cuestionarios uno dirigido a locatarios y otro a los visitantes ambos con doce reactivos. Entre los reactivos dirigidos a los locatarios, cuatro se referían al proceso de certificación y otros cuatro de los beneficios obtenidos y de sus expectativas. Del cuestionario dirigido a los visitantes, cuatro reactivos se referían a la concepción del mercado y otros cuatro relacionados a las propuestas de mejoras, cuáles serían sus expectativas de la intevención.

Tamaño de muestra

Se empleó el muestreo por conglomerados o por áreas. El total de locatarios del Mercado "Benito Juárez" es de 303, de los cuales se les realizó el cuestionario al 34% (104). La afluencia de visitantes al mercado varía durante la semana, de lunes a a miercoles es de aproximadamente 105 y fines de semana hasta 700 por día; se realizó el cuestionario de manera aleatoria a 101 visitantes.

Análisis de los datos.

Todos los datos, tanto de los cuestionarios como de los resultados obtenidos fueron capturados en hojas de calculo (Microsoft Excel 2011) y analizados por estadística descriptiva (Graph Pad Prism V.5).

Resultados.

Durante el período de intervención en el mercado para realizar la investigación, este obtuvo dos certificaciones como “Mercado limpio” y se preparaba para obtener la tercera certificación, derivado del cuestionario a los locatarios se detectó que aunque el 86% de los mismos había participado en el proceso de certificación, el 18% no fue capaz de describir etapas, procesos o actividades para la certificación; para el resto de los locatarios las tres actividades mas importantes en el proceso de certificación fueron limpieza general del mercado (27%), fumigación (25%) y descacharrización (18%); es importante destacar que anualmente se imparten hasta 4 pláticas de seis pasos para la salud con asistencia del 100% de los locatarios, a pesar de ello solo el 8% consideran esta actividad como importante para el proceso de certificación. Es de destacar que el 96% de los locatarios observó mejoría en su estado de salud, así como un cambio en el manejo de los alimentos y limpieza del mercado. Las expresiones de los locatarios se agruparon en 4 principales: oferta de productos de calidad e higiénicos (28%), incremento en visitantes locales y foráneos (23%), obtención de reconocimientos y agradecimientos (20%) y mayores ingresos económicos (16%).

La propuesta de Certificación de “Mercado Limpio” surgió del área de la salud, y se invitó a participar a instancias como Protección Civil, Comision Estatal del Agua, Secretaria de Turismo y Secretaria de Desarrollo Agropecuario Pesca y Acuacultura, y a la Autoridad Municipal de San Pedro Mixtepec, identificándose incrementar la colaboración y participación de estas instituciones y promover la incorporación de la Procuraduría Federal del Consumidor entre otras; reconociéndose como un proceso que debe realizarse de manera permanente.

El Mercado “Benito Juárez” de Puerto Escondido, es considerado como mercado turístico, de los visitantes a los que se les realizó el cuestionario el 48% fuerón foráneos; 4% de visitantes internacionales; el 30% de los mismos visitan el mercado durante las vacaciones, observando diferencias importantes como: mayor limpieza, incremento en la afluencia de personas, pintura de fachadas y mayor seguridad.

Conclusiones.

La hipótesis del trabajo planteaba que era posible la generacion de un entorno saludable a través de una intervención en salud que permitiera la certificación del Mercado “Benito Juarez” de Puerto Escondido, San Pedro Mixtepec, Oaxaca, la cual fue validada.

Los resultados de esta investigación los atribuimos al trabajo participativo, a la voluntad de los participantes, fomentado las potencialidades, capacidades y habilidades, para elevar las condiciones de higiene y salud en general basadas en el compromiso, motivación, sensibilidad, la creatividad, la participación y el sentido compartido de la responsabilidad.

A nivel mundial existen diversos trabajos relacionados a la percepción, conocimientos y prácticas del manejo de los alimentos donde evalúan dichas variables (Layme-Cotacallapa, 2016; Valdiviezo-Lugo, Villalobos, & Martinez-Nazaret, 2006), estas no consideran la opinión de los manejadores de alimentos en el proceso, contrario a lo que se realizó en el presente trabajo, donde se observó la apropiación de la intervención por parte de los participantes; además, se conoció el estado de salud de los locatarios del mercado, el desarrollo de instrumentos participativos que facilitan la detección de necesidades y demandas de los locatarios y visitantes, se capacitó a un importante número de manipuladores de alimentos, difusión en la población respecto a medidas de promoción de la salud.

Las certificaciones relacionadas a espacios de salud como hospitales y centros de salud, se miden a través de indicadores utilizando cédulas (CSG, 2015), las cuales son complejas en ocasiones con mas de 100 reactivos por indicador. En el caso de los mercados únicamente se han descrito las intervenciones (Selum, 2008), sin que haya un proceso de evaluación. La intervención descrita en el presente trabajo sirvió para diseñar una cédula práctica para evaluar los puntos críticos de un mercado.

La OMS ha señalado que es importante que el sector sanitario se asocie a otros sectores, no sólo con objeto de obtener su colaboración para hacer frente a los problemas de salud prioritarios ya identificados, como es el caso de las intervenciones de salud pública bien diseñadas, sino también para garantizar que se reconozca a la salud como uno de los

resultados socialmente valorados de todas las políticas (OMS, 2008). Con la presente intervención en salud, se diseñó un modelo para la intervención interinstitucional e intersectorial a partir de una mirada en salud con beneficios para un entorno sustentable-saludable que permite el desarrollo económico y turístico de la comunidad.

Recapitulando, las conclusiones de la presente intervención fueron:

- Se propició la apropiación de la iniciativa por parte de los participantes a través de las reuniones de concertación.
- Los locatarios consideraron como puntos más importantes de las etapas de certificación: limpeza general del mercado, fumigación y descacharización.
- De acuerdo a la percepción de los locatarios hubo una mejora en la salud personal y familiar a través de la intervención.
- Los principales beneficios de la certificación son: oferta de productos de calidad e higiénicos, incremento en visitantes locales y foráneos, obtención de reconocimientos y agradecimientos, y mayores ingresos económicos.
- Se logró la colaboración interinstitucional e intersectorial para alcanzar los objetivos planteados.
- Las intervenciones en salud en los mercados son valoradas por los visitantes, lo cual promueve a nivel local, nacional e internacional a los mercados públicos como una alternativa de turismo.
- Se diseñó un modelo interintitucional e intersectorial práctico para realizar la intervención en salud en un mercado, evaluar los puntos críticos, seguimiento y control con la finalidad de obtener una certificación, el cual puede ser referente para intervenciones futuras.

Proponemos la continuidad del trabajo extendiéndolo a otros mercados públicos de la región y del Estado, asi como a las ferias, tianguis, fiestas patronales, entre otros, valorando en cada momento la opinión tanto de los locatarios como de los usuarios (visitantes), con un enfoque sustentable y de mejoras a la salud, bienestar social, económico y turístico. Paralelamente, se necesita fortalecer la participación e integración de otras instituciones.

Es factible realizar las certificaciones de mercados limpios como entornos saludables

tendientes hacer sustentables, y transitar hacia una política pública intergubernamental, interinstitucional e intersectorial.

Bibliografía

Aguilar-Villanueva, L. F. (2006). Estudio introductorio. In L. F. Aguilar (Ed.), *El estudio de las políticas públicas* (pp. 7-73). México: Miguel Ángel Porrua.

Cabildo-Municipal. (1984). *Reglamento de Mercados Públicos de la Ciudad de Oaxaca de Juárez, Oaxaca.* Oaxaca.

CSG. (2015). *Estándares para implementar el modelo en hospitales* Mexico: Consejo de Salubridad General - SiNaCEAM.

COFEPRIS. (2016). *Programa 6 Pasos de la Salud con Prevención*. Mexico: COFEPRIS Retrieved from http://revistacofepris.salud.gob.mx/inter/2016/1/acciones.html.

de la Hoz, A. P. (2013). Entendiendo el turismo de salud: un análisis sociodemográfico. *Escenarios: Empresa y Territorio, 2*, 37-54.

Eder, H. (1975). Los mercados como reflejo de la actividad económica y la cultura regional de la Costa de Oaxaca. In M. Diskin & S. Cook (Eds.), *Mercados de Oaxaca* (pp. 100-115). México: CONACULTA-INI.

Franco-Corso, J. (2017). *Diseño de Políticas Públicas* (Tercera edición ed.). México: IEXE Editorial.

Giraldo, D., Baquero, E., Bermúdez, A., & Oliveira-Miranda, M. A. (2009). Caracterización del comercio de plantas medicinales en los mercados populares de Caracas, Venezuela. *Acta Botánica Venezuela, 32*(2), 267-301.

Linares, E., & Bye, R. (2009). La dinámica de un mercado periférico de plantas medicinales de México: el tianguis de Ozumba, Estado de México, como centro acopiador para el mercado de Sonora (mercado central). In J. Long-Towell & A. Attolini-Lecón (Eds.), *Caminos y mercados de México* (pp. 631-664). México: UNAM-INAH.

Ministerio-de-Salud-Pública. (2016). *Mercados Saludables en Ecuador: Manual para el reconocimiento y la certificación de mercados saludables*. Ecuador: Ministerio de la Salud Pública-OPS.

Nahmad, S., & Carrasco, T. (2008). Perfiles indígenas de México, Perfil Nacional. 2017, from http://www.ciesaspacifico-sur.edu.mx/Indigenas.php

OMS. (1986). *Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud*. Paper presented at the Primera Conferencia Internacional de Promoción de la Salud, Canada.

OMS. (2006). *Una guía para mercados de alimentos saludables*. Ginebra: OMS.

OMS. (2008). Políticas públicas para la salud pública *Informe sobre la salud en el mundo 2008* (pp. 65-81). Ginebra: OMS.

OMS. (2011). *Estadisticas Sanitarias Mundiales 2011*. Ginebra: OMS.

Romero-Cuevas, M. H. (2006). *Hoja de Ruta para contribuir al logro de los Objetivos del Desarrollo del Milenio en los Municipios, Ciudades y Comunidades Saludables*. Washington: OPS.

Secretaria-de-Salud. (2015). *Modelo de Atención Integral de Salud (MAI)*. México: Secretaría de Salud.

Selum, W. (2008). *Gestión de políticas públicas Mercados Saludables: Municipio Santa Cruz de la Sierra -Bolivia*. Paper presented at the 5a Reunión de la Comisión Panamericana de Inocuidad de los Alimentos (COPAIA 5), Rio de Janeiro, Brasil.

Valdiviezo-Lugo, N., Villalobos, L. B., & Martinez-Nazaret, R. (2006). Evaluación microbiológica en manipuladores de alimentos de tres comedores públicos en Cumaná-Venezuela. *Revista de la Sociedad Venezolana de Microbiología, 26*(2), 389-395.

Van Broekhoven, L. (2015). *Mercados de la Mixteca: si no hay carro no hay negocio*. Leiden: Dutch National Museum of Ethnology.

Veerkamp, V. (1982). Biobliografia sobre mercados con especial referencia a la comercialización de productos agrícolas. *Nueva Antropología, VI*(19), 189-214.

WHO. (2016). *Declaración de Sanghai sobre la promoción de la salud en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.* Paper presented at the 9a Conferencia Mundial de Promoción de la Salud, Shanghai.

ANÁLISIS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DE UNA INSTITUCIÓN DE NIVEL SUPERIOR

Alejandra Vicente Jiménez
Rosa MaríaVelázquez-Sánchez
Antonio Sánchez Hernández
Abraham Martínez Helmes

Resumen

La falta de estudios que permitan explicar los factores que determinan el comportamiento del personal, se han desarrollado para organizaciones con un gran número de trabajadores. El estudio de la organización desde la perspectiva de su complejidad permite analizar a las grandes y pequeñas organizaciones a través de la fuente de indicadores que expliquen la conducta del trabajador. El clima organizacional se ha convertido en una herramienta para conocer la percepción que tiene el trabajador en torno a su ámbito de trabajo. Las escalas e indicadores para medir el nivel de clima organizacional se han estudiado desde diversas perspectivas y en diferentes tipos de organizaciones. Por ejemplo el realizado por Cruz y Velázquez (2015) en el Congreso del Estado de Oaxaca o como el realizado por Ramírez y colaboradores (2016) en una institución de educación media superior. Los trabajos previos permitieron plantear la posibilidad de analizar el clima organizacional en una institución educativa, pero de educación superior y con la complejidad de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca. Se tomó como base el estudio de Cruz y Velázquez y se probó un instrumento para evaluar la percepción del personal administrativo y de servicios de la Facultad de Contaduría y Administración. Los resultados mostraron que a pesar de observarse como una organización compleja, los trabajadores manifestaron que el trabajo en equipo es uno de los principales factores por lo que encuentra un clima con alto nivel de aceptación. Se concluyó que los trabajadores se encuentran como principal elemento para sentir un buen ambiente de trabajo el sentirse parte de un equipo, resultados que permitieron cumplir con el objetivo de investigación y probar la hipótesis.

Palabras Clave: Clima Organizacional, Indicadores, Escalas, Trabajo en Equipo,

Institución Educativa

Introducción

Las organizaciones son un conjunto de elementos que determinan los resultados para las que se formaron. Existen diferentes formas de organización pero todas se pueden observar como organizaciones complejas en términos de la interrelación humana. Desde la perspectiva de las organizaciones complejas, las instituciones educativas representan un conjunto de factores que determina su complejidad, pero es de principal importancia el factor humano. Los recursos humanos son el elemento que puede determinar el éxito o el fracaso en una organización, es por eso la importancia de su estudio y de realizar investigaciones que proporcionen información para la toma de decisiones.

Debido a la relevancia de los recursos humanos y su participación determinante en las organizaciones en general y en particular en las instituciones educativas, se han desarrollado herramientas para poder prever conflictos y en su caso para resolverlos. El análisis de clima organizacional es un procedimiento metodológico que proporciona información muy importante para tomar decisiones correctivas en las relaciones y acciones del personal. Al revisar las investigaciones que analizan los factores del clima organizacional y como la determinación de clima organización explica la situación de conflicto en el personal, se encuentran casos en los que se ha probado la importancia de conocer el clima organizacional para lograr mejores indicadores de desempeño de los empleados.

Algunos estudios se han orientado al estudio en organizaciones empresariales y otros en el sector salud, sin embargo, son escasos los estudios relacionados con organizaciones educativas. En particular en Universidades Públicas como es el caso de la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca, no existen hasta la fecha estudios orientados a analizar los factores que determinan el clima organizacional en su conjunto y especializados en las Unidades Académicas que la conforman. Sin embargo, para este trabajo se tomaron como premisas los resultados de los estudios de Cruz et al., (2014) y de Ramírez et al., (2016) para formular como *hipótesis* que los factores de trabajo en equipo,

liderazgo, resultados, retroalimentación y motivación definen el clima organizacional de los trabajadores administrativos de la Facultad de Contaduría y Administración de la UABJO.

A pesar de que los programas de evaluación institucional dedican un apartado para la medición del clima organizacional, en particular cuando se trata de la evaluación de CIEES, como es el caso de la Facultad de Contaduría y Administración, el problema es que no existe una propuesta metodológica que permita sistematizar la evaluación y seguimiento de los factores que determinan el clima organizacional en el personal administrativo, por lo que se planteó en este trabajo responder a la pregunta de Investigación. ¿Cuáles son los factores que definen el clima organizacional del personal administrativo de la Facultad de Contaduría y Administración de la UABJO? y se estableció como *objetivo* analizar y definir el Clima Organizacional del personal administrativo de la Facultad de Contaduría y Administración de la UABJO.

Marco Teórico

El clima organizacional, llamado también clima laboral, ambiente laboral o ambiente organizacional, es un asunto de importancia para aquellas organizaciones competitivas que buscan lograr una mayor productividad y mejora en el servicio ofrecido, por medio de estrategias internas. El realizar un estudio de clima organizacional permite detectar aspectos clave que puedan estar impactando de manera importante el ambiente laboral de la organización. Con respecto a este tema existe un debate en torno a si este debe tratarse en términos objetivos o bien en reacciones subjetivas. Por términos objetivos nos referimos a los aspectos físicos o estructurales, mientras que las reacciones subjetivas tienen que ver con la percepción que los trabajadores tienen del ambiente en el que se desarrollan.

Brunet, (1987) afirma que el concepto de clima organizacional fue introducido por primera vez al área de psicología organizacional por Gellerman en 1960. Este concepto estaba influido por dos grandes escuelas de pensamiento: la escuela de Gestalt y la escuela funcionalista. Según la escuela de Gestalt los individuos comprenden el mundo que les rodea basados en criterios percibidos e inferidos, de tal manera que se comportan en función de la forma en que perciben su mundo. Es así que el comportamiento de un

empleado está influenciado por la percepción que él mismo tiene sobre el medio de trabajo y del entorno. Por otro lado, la escuela funcionalista formula que el pensamiento y comportamiento de un individuo dependen del ambiente que le rodea y que las diferencias individuales juegan un papel importante en la adaptación del individuo a su medio.

En la actualidad el clima organizacional es uno de los temas que han incrementado su demanda como tema de investigación, debido a que se convierte en una de las herramientas más completas y poderosas que permiten evaluar y medir como están actuando ciertos factores de la organización que pueden impactar en el ingreso o en los insumos de la misma. El clima organizacional es un factor mediador por estar ubicado en el centro de las acciones de la organización, entre el insumo y el producto resultante, específicamente según especialistas (P.A. & Partners) en la percepción del mismo trabajador y que va a permitir el factor o efecto resultante: la productividad individual y organizacional.

En los estudios del clima organizacional es recomendable tomar de enfoque al integrado, por cuanto permite abarcar una gran cantidad de información sobre la organización. Se justifica también su empleo, al considerar que las organizaciones son el producto de las visiones, ideas, normas y creencias generadas y establecidas por personas. Su modelo y su estructura son mucho más frágiles y menos estable que la estructura material de un organismo cualquiera. Por esto, la calidad de vida de las organizaciones depende, fundamentalmente, de la forma en que la gerencia organiza y dirige su actividad y en especial en la forma en como promueve la acción de su gente. (Maldonado, 2006).

Álvarez (1992), citando a Forehand y Gilmer (1964), señala que el ambiente interno o medio específico percibido, conforma lo que se ha denominado cada vez más frecuentemente "clima organizacional". Este, aunque se refiere a propiedades o características que se encuentran en el ambiente de trabajo, puede ser pensado como la personalidad de la organización, tal como es visto por sus miembros y que presumiblemente afecta el subsecuente comportamiento. En el contexto oaxaqueño se encuentra el estudio realizado por (Cruz Aquino & Velázquez Sánchez, 2015), quien analizó el Clima Organizacional del Personal Administrativo en el Honorable Congreso del Estado, utilizando dos métodos, el estadístico y la fenomenología, para obtener información

respecto a la percepción de los sujetos de estudio (Honorable Congreso) y para revisar las dimensiones de clima organizacional.

En la segunda parte, cuantitativa (Cruz Aquino & Velázquez Sánchez, 2015), realizaron una parte descriptiva en la que se identifican los indicadores y las estadísticas de la población encuestada, también realizaron un análisis factorial para analizar la formación de escalas propuestas por la teoría y adecuadas en la fase cualitativa. A través del análisis de las dimensiones y escalas planteadas por Machorro, Rosado y Romero y que coinciden con las propuestas de Vásquez y Guadarrama, en el que se utilizaron variables como: Edad, Género, Tipo de Contrato, Formación Profesional, Antigüedad en la dependencia y Antigüedad en el puesto.

La población analizada por Aquino y Velázquez (2015), se agrupó siguiendo la estructura del Honorable Congreso del Estado de Oaxaca, el cual se conforma de un edificio para el recinto legislativo, un edificio de diputados y un edificio administrativo, este último es en el que se ha permitido que se realice el estudio de Clima Organizacional. De un total de 162 personas que laboran en las áreas administrativas se consideraron 96 personas lo que representó el 59% de toda la población y se excluyeron por ausencia y 17 personas decidieron no contestar el cuestionario, así como personal que se encuentra laborando directamente en las oficinas de los diputados. Por lo que la muestra es representativa en relación con el total de la población (Cruz Aquino & Velázquez Sánchez, 2015), utilizaron variables según (Arangú Saer.2008) que fueron:

- **Causales**: La estructura de la organización y su administración, las reglas y normas, la toma de decisiones.
- **Intervinientes**: Se excluyen las motivaciones, las actitudes, la comunicación.
- **Finales**: Este tipo de variable, para Likert es independiente a las dos anteriores y se refiere a los resultados obtenidos por la organización, excluyendo la productividad, las ganancias y las pérdidas por la organización.

Entonces se entiende que en este estudio la variable independiente parte de la estructura, de las reglas y normas del Honorable Congreso; las variables intervinientes o intermedias reflejan el estado interno y la salud de la dependencia y constituyen los procesos

organizacionales; por último, las variables finales o dependientes, que se derivan de las dos anteriores y que reflejan los resultados obtenidos por la dependencia. Estos tres tipos de variables influyen en la percepción del clima por parte de los colaboradores del Honorable Congreso del Estado de Oaxaca.

Los resultados mostraron que; en esa investigación si se probaron las hipótesis planteadas, porque lograron definir el clima organizacional que percibe el Personal Administrativo del Honorable Congreso del Estado de Oaxaca. Las autoras definieron el clima organizacional por una sola dimensión. (Cruz Aquino & Velázquez Sánchez, 2015), concluyeron que el instrumento empleado por Machorro, Rosado y Romero no mide el clima organizacional en organizaciones complejas como lo es el Honorable Congreso del Estado de Oaxaca. Respecto a la identificación de los indicadores que definen el clima organizacional en el Honorable Congreso del Estado de Oaxaca, las autoras cumplieron con el objetivo específico, obteniendo los indicadores de Integración, Participación, Trato, Objetivos, Avance de Resultados, Beneficios y Filosofía Institucional, correspondiente a cada dimensión.

El objetivo que corresponde a evaluar los indicadores también se cumplió con la aplicación del análisis factorial y, como se explicó en el apartado de resultados, la depuración de las escalas permitió definir una sola dimensión, que es la que se propone como escala para medir el clima organizacional en organizaciones complejas. Aquino y Velázquez (2015), lograron cumplir con el objetivo de definir el clima organizacional del Personal Administrativo del Honorable Congreso del Estado, determinando que el clima organizacional se encuentra en un nivel alto aunque dentro de los límites inferiores de este rango. Debido a la similitud del contexto y a metodología propuesta por Cruz y Velázquez (2015), se tomó como base para la presente investigación.

Metodología

Para analizar el clima organizacional de una Institución de Nivel Superior se tienen que determinar las herramientas necesarias de tal forma que proporcionen información para detectar las debilidades que permita a la parte directiva elaborar estrategias que fortalezcan

o mejoren el clima organizacional. Para esta investigación la población se definió por el total de personal que se encuentra adscrito a la Faculta de Contaduría y Administración de la UABJO (Manual de Personal, 2015) y (NóminaUABJO, 2017) y se integra por:

Tabla 1. Total del Personal Administrativo por Género

Personal	**Hombres**	**Mujeres**	**Total**
Administrativo	1	17	18
De servicio	32	2	34
Total			**52**

Fuente: (UABJO, 2017)

Selección de la Muestra. La muestra se definió por la relevancia que determina la labor administrativa en la Facultad de Contaduría y Administración, se incluyó a *32* integrantes del personal administrativo que aceptó contestar el cuestionario por lo que se trató de una muestra a conveniencia que consiste en recurrir a los informantes con base a su disponibilidad, según Muñoz Carril & González Sanmamed, (2010).

Variables. La variable analizada en este estudio fue denominada Clima Organizacional y se definió como los factores que muestran las expresiones del personal administrativo de la Facultad de Contaduría y Administración en torno al ambiente en el que trabajan y que factores favorecen un buen clima organizacional. La variable clima organizacional se midió con la escala diseñada por Likert y que se compone de 4 categorías: totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, a cada una se le asignó un número arbitrario (4, 3, 2, 1). También se incluyeron variables de contexto como edad, sexo, tipo de contrato, escolaridad, antigüedad en la FCA y antigüedad en la UABJO, para analizar los elementos que pueden explicar la diferencia entre las categorías que conformaron la muestra.

Tabla 2. Diseño de la muestra por variable.

VARIABLE	RUBROS	NÚMERO DE PARTICIPANTES	PORCENTAJE
Edad	18-30 años (jóvenes) Más de 31 años	11 21	34.4% 65.6%
Género	Hombres Mujeres	14 18	43.8% 56.2%
Tipo de contrato	Eventual Base	6 26	18.8% 81.2%
Escolaridad	Básica Superior	11 21	34.4% 65.6%
Antigüedad en la FCA	1-5 años (Recientes) Más de 6 años (No Recientes)	12 21	37.5% 62.5%
Antigüedad en la UABJO	1-5 años (Recientes) Más de 6 años (No Recientes)	1 31	3.1% 96.9%

Fuente: Elaboración propia.

Recolección de datos y Prueba de validez y confiabilidad de la encuesta. Para la colecta de los datos se diseñó un cuestionario tomando como base en desarrollado y probado por Cruz Aquino & Velázquez Sánchez, (2015) el cual constó de 21 ítems para evaluar 4 categorías del clima organización. Al obtener un Alfa de Cronbach de .880, se observó que el instrumento para medir el clima organizacional en el Personal Administrativo de la Facultad de Contaduría y Administración tiene una fiabilidad confiable.

Tabla 3. Resultados de la prueba de confiabilidad para al Alfa de Cronbach

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	32	100.0
	Excluidos[a]	0	.0
	Total	32	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.880	21

Fuente: Elaboración propia. Resultado del análisis con el empleo del SPSS.

Resultados

Una vez analizados los 21 ítems que contempla el instrumento de medición de esta investigación, se procede a determinar si el clima organizacional resultó con un nivel alto, medio o bajo, por tanto, de acuerdo a los criterios teóricos del empleo de la escala de Likert para determinar entre el puntaje mínimo y máximo posible (por ejemplo, 28 y 67) se establecen tres intervalos de igual tamaño, dividiendo la diferencia de los dos puntos entre 3 (28 – 67 = 39 / 3 = 13) y a partir del puntaje mínimo se suma el resultado obtenido así, por ejemplo:

Nivel bajo: De 28 a 41
Promedio: De 42 a 54
Nivel alto: De 55 a 67

Estos resultados corresponden a un solo cuestionario; ahora, se debe proceder a multiplicar cada uno de estos datos por el número total de cuestionarios (en esta investigación fueron 32) que se aplicaron quedando de la siguiente forma:

Nivel bajo: De 896 a 1312

Promedio: De 1344 a 1728

Nivel alto: De 1760 a 2144

Después de realizar esta escala, se realiza la sumatoria del puntaje de los 21 ítems. Puntaje por Variable, Ítem, Indicador y Dimensión, por lo tanto, el resultado obtenido de acuerdo a la sumatoria para determinar el clima organizacional del Personal Administrativo de la Facultad de Contaduría y Administración.

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, la dimensión en que es más favorable el clima organizacional es en la dimensión de trabajo en equipo, en segundo lugar está la motivación, tercer lugar está Retroalimentación, en cuarto lugar se encuentra la dimensión de orientación de resultados y en último lugar el liderazgo, lo que significa que se alcanza un nivel bajo, por lo que es necesario que los directivos consideren este resultado para poder implementar acciones y estrategias que se relacionen con el liderazgo, pudiendo ser la implementación de reuniones para fortalecer la confianza entre el personal administrativo y los directivos, dar oportunidad de poder realizar sus actividades sin supervisión pero con el compromiso de cumplir con cada una de ellas, es decir, informar periódicamente del avance de las metas, dar reconocimientos a personal que se ha desempeñado eficaz y eficientemente en el desarrollo de su trabajo y algunos más que consideren necesarios los directivos.

Tabla 4. Resumen por dimensión del clima organizacional.

DIMENSIÓN	NIVEL
Trabajo en equipo	Arriba del promedio pero no alcanza el nivel alto
Liderazgo	Bajo
Orientación de resultados	Arriba del nivel Bajo pero no alcanza el promedio
Retroalimentación	Promedio
Motivación	Arriba del promedio pero no alcanza el nivel alto

Fuente: Elaboración propia a partir de (Cruz Aquino & Velázquez Sánchez, 2015)

Conclusiones

Concluyendo los objetivos planteados en este tema de investigación, se puede mencionar que: los resultados del procedimiento empleado para definir el clima organizacional que se describe por el personal administrativo de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca muestran que la dimensión trabajo en equipo es la que permite definir el clima organizacional con el puntaje más alto en cada uno de los ítems que integran los indicadores, variables y la dimensión de Clima Organizacional. El resultado muestra que sí existen coincidencias con los mostrados por Cruz Aquino & Velázquez Sánchez, (2015).

Sin embargo, de acuerdo al análisis descriptivo se pueden revisar los ítems y reestructurar el cuestionario para revisar el resultado en otro momento, sin embargo, se probó la hipótesis planteada. Se puede hacer referencia a que *se cumplió con el objetivo* de evaluar el clima organizacional del Personal Administrativo de la FCA – UABJO; determinando que el clima organizacional se encuentra en un nivel alto.

Es importante mencionar que una de las principales limitaciones que se tuvieron al momento de aplicar este instrumento para medir el clima organizacional en la FCA de la UABJO, fue el de no poder aplicarlo a cada uno de los encuestados sin antes tener que platicar con su líder político o con el permiso de una autoridad administrativa para plantearle el objetivo de este tema de investigación. Se tuvo que localizar y aplicar el instrumento a la mayoría de los encuestados en su lugar de trabajo, por lo que pudo haber tenido otra percepción si se hubiera realizado fuera de su área. Los resultados permiten contribuir con aspectos de experiencia en investigación que prueban que los instrumentos de evaluación del clima organización son dinámicos y que deben probarse para obtener resultados confiables y que permitan describir al sujeto estudiado.

Bibliografía

Administración, F. d. (2017). *http://www.fca.uabjo.mx/docentes*.

Arangú Saer, N. F. (s/d de Enero de 2008). *http:/www.google.com.* Obtenido de http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/21317/Capitulo1.pdf

Brunet. (1987). El clima de trabajo en las organizaciones: Definición, Diagnostico y Consecuencias.

Cruz Aquino, J. V., & Velázquez Sánchez, R. M. (2015). Clima Organizacional del Personal Administrativo en el Honorable Congreso del Estado de Oaxaca. *Estudios multidisciplinarios y sustentabilidad del Estado de Oaxaca*, 441.

Díaz Díaz, M. G., Peña Cárdenas, M. C., & Castellanos Ortíz, B. A. (2013). El Liderazgo y las Relaciones Interpersonales dentro del Clima Organizacional. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*.

Mina, M. S. (2005). *Educando con Capacidades Diferentes.* Argentina: Brujas.

Muñoz Carril, P. C., & González Sanmamed, M. (10 de Mayo de 2010). *http://www.google.com.* Obtenido de http://www.rieoei.org/deloslectores/ 3368Munoz.pdf

Peña Cárdenas, M. C., Díaz Díaz, M. G., & Carrillo, P. A. (2015). Relación del Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral de una Pequeña Empresa Familiar. *Revista Internacional Administración y Finanzas*.

Ramírez, A. G., Velázquez Sánchez, R. M., Ramírez Castillo, E. A., & Vázquez Arango, M. d. (Julio-Diciembre de 2016). Evaluación del Clima Organizacional en una Institución Educativa de Bachillerato Tecnológico. *Revista Iberoamericana de las Ciencias y Humanidades*, *5*(10), 17.

UABJO, D. d. (2017). *Nómina FCA.*

ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Y LAS TICS

Mayra Victoria Hernández Luis
Didier Osvaldo Hernández Díaz

Resumen

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación se han introducido en diversos sectores de la sociedad, el ámbito educativo es uno de ellos. Las Instituciones de Nivel Superior (IES) han actualizado sus planes y programas de estudio, y han dotado de infraestructura tecnológica con el objetivo de cumplir con las exigencias sociales que reconocen a las TIC como instrumentos que promueven y facilitan la calidad educativa. El presente estudio de investigación abona a la descripción del acceso, el uso, el conocimiento y la apropiación que los estudiantes universitarios poseen de las TIC, ya que se reconoció que se ha investigado ampliamente la instrumentación de las TIC en diversos niveles educativos, pero poco se conoce y evalúa acerca de cómo los actores se apropian de la tecnología y como lo aplican específicamente en el contexto educativo, es por ello, que este trabajo de investigación planteó el objetivo de investigación de: Conocer las condiciones de acceso, conocimiento, uso y apropiación de las TIC por parte de los estudiantes de nivel superior de la FCA.

La presente investigación se realizó desde un enfoque cuantitativo. Con base a la revisión teórica, se plantearon cuatro variables de análisis: acceso, uso, conocimiento y apropiación. Los resultados permiten identificar las condiciones de acceso y la manera en cómo utilizan la tecnología en el ámbito educativo y sus prácticas cotidianas; también permite esbozar las maneras en cómo los estudiantes han adquirido conocimiento sobre las TIC y la forma de apropiación que de ellas tienen.

Palabras Clave: Tecnologías, información, comunicación, estudiantes, universidad, Internet, TIC.

Introducción

La historia de la humanidad se ha caracterizado por una constante evolución en sus sistemas de producción, basados en las necesidades y componentes de su entorno. Paralelamente el capital humano y el desarrollo de tecnología han acompañado este proceso.

En un principio las necesidades de alimentación de un grupo o población eran pequeñas por lo que los medios para cubrirlas estaban basados en actividades como la agricultura y ganadería, otorgándole a la fuerza física mayor importancia. Posteriormente, con la revolución industrial, la tecnología comenzó a formar parte importante en los sistemas de producción y las habilidades requeridas del capital humano se transformaron, puesto que ya no bastaba sólo con personas con fortaleza física, ahora se requerían destrezas para la operación de la maquinaria. En épocas más actuales ha surgido la demanda de nuevas habilidades como las de: gestión, estrategia e innovación en la generación de conocimiento.

En México, actualmente nos encontramos en la transición entre las denominadas sociedad de la información y sociedad del conocimiento, las cuales han generado nuevas demandas en el sistema educativo como lo son: dotar de infraestructura tecnológica y alfabetizar digital y cognitivamente a los actores educativos en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

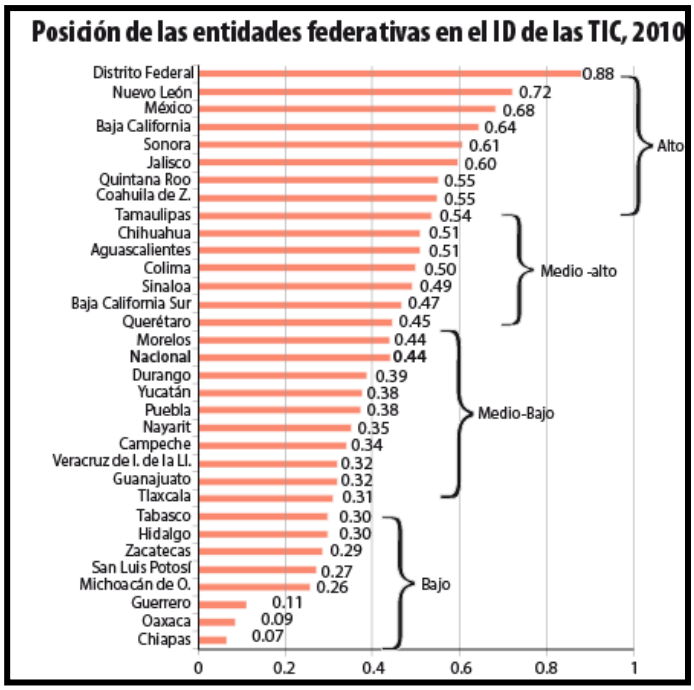
En la presente investigación se analizan los elementos y usos de las TIC por parte de los estudiantes de nivel superior la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca.

Planteamiento del Problema

La importancia de las TIC cobra fuerza ante las demandas de nuevas habilidades que exigen la sociedad de la información y la del conocimiento, estas habilidades se vinculan con aspectos de acceso a la tecnología y, capacitación a nivel técnico y cognitivo de la tecnología.

México ha tenido avances respecto al acceso, pues de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) al segundo trimestre de 2016, el 59.5 por ciento de la población de seis años o más en México se declaró usuaria de Internet, sin embargo, aún existen brechas de acceso entre los distintos estados del país, así lo señala un estudio elaborado por el INEGI (2015), en donde se indica que el 47% de la población total reside en entidades cuya puntuación se encuentra en un nivel bajo y medio-bajo de desarrollo de las TIC, siendo Chiapas (0.07 ID TIC) y Oaxaca (0.09 ID TIC) las entidades con peor posicionamiento, tal como se aprecia en la **Figura 1**.

Figura 1. *Posición de las entidades federativas en el ID de las TIC, 2010.*



Fuente: Ruiz, W. (2015). Desigualdades entre entidades en materia de tecnologías de información y comunicación en México. Revista Internacional de Estadística y Geografía, Vol.6, Núm. 1.

El panorama de acceso en los estados, se replica en las instituciones de educación en todos sus niveles. Particularmente en el nivel superior existen dos retos a vencer: mejorar y actualizar en infraestructura tecnológica y alfabetizar a los actores educativos, particularmente a los estudiantes.

La incertidumbre sobre el uso de las TIC en los espacios educativos, específicamente en las universidades, consiste en que en la mayoría de las Instituciones de Educación Superior

(IES) se genera su implementación de manera mecanicista y poco se conoce y evalúa la información de los estudiantes que tienen, al respecto Galaz y Sevilla (2007), Guzmán y Saucedo (2007) y De Garay (2004) (en López,sf) señalan que: "la mayoría de las autoridades educativas no tienen idea de cómo son los estudiantes que transitan por las instituciones educativas, y en consecuencia no realizan las planeaciones institucionales de acuerdo a sus necesidades específicas y reales". En este sentido, la presente investigación analiza los elementos y usos de las TIC por parte de los estudiantes de la FCA UABJO, por lo que se plantean las siguientes preguntas de investigación:

¿Qué condiciones de acceso a las TIC tienen los estudiantes de nivel superior de la FCA UABJO?

¿Cuál es el uso que los estudiantes de nivel superior de la FCA UABJO le dan a las TIC?

¿De qué manera obtienen conocimientos sobre las TIC los estudiantes de nivel superior de la FCA UABJO?

¿Consideran los estudiantes de nivel superior de la FCA UABJO a las TIC como parte de sus actividades cotidianas?

Marco teórico

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación adquirieron importancia en un contexto en donde la información posee un valor económico, y el desarrollo financiero de un país va determinándose por su capacidad de desarrollo tecnológico informacional, en este sentido, Castells señala "La sociedad moderna surge de ese proceso de cambio, y es tanto capitalista como informacional, con diferencias considerables en diferentes países, según su historia, cultura, instituciones y su relación específica con el capitalismo global y la tecnología de la información" (1996, p. 39).

El desarrollo de las TIC ha tenido dos momentos de relevancia histórica: la primera con perspectiva tecnicista donde se desarrollan tecnologías que permiten la difusión de

información digital; y en una segunda etapa donde surgen herramientas que posibilitan la gestión y búsqueda activa de esa información.

Las TIC poseen tres características fundamentales: inmaterialidad, puesto que la información manejada necesariamente tiene que pasar por un formato digital para ser procesada y enviada; instantaneidad, por que la información viaja de manera inmediata a cualquier parte del mundo mediante internet; y multimedia, puesto que la presentación incluye audio, video, texto e interacción con el usuario Cabero (en Belloch, 2012, p.2-3). Asimismo, existen tres elementos que son considerados base en la infraestructura de las TIC: dispositivos, como la computadora, laptop, smartphone, tableta, etc., y que son lo que permiten la interacción física entre el usuario y la información; las aplicaciones que son el conjunto de programas o software que permiten a través de los dispositivos la interacción lógica entre el usuario y la información; y los medios que son los que brindan a los dispositivos canales de comunicación físicos alámbricos e inalámbricos, y lógicos para el intercambio de información a distancia principalmente bajo Internet.

Las TIC tienen participación en diversos ámbitos, en la generación de conocimiento en el campo educativo las tecnologías se dilucidan como herramientas que coadyuvan al fortalecimiento de la calidad académica, visión que se ve fortalecida por los argumentos expuestos en el informe de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2003) en donde sitúa a las TIC como instrumentos de las sociedades modernas que coadyuvan a la calidad educativa, sin embargo, su aplicación requiere de componentes didácticos y pedagógicos, para no tener una integración ambigua a los espacios educativos, tal como lo cita Espinosa (2013) “las IES han realizado esfuerzos importantes por adentrarse a la era digital, la escasa o nula capacitación; y la percepción negativa o ambigua de las TIC por parte de los actores educativos –específicamente docentes y estudiantes- ha ocasionado que se genere un uso meramente instrumental de estas tecnologías”.

En el año 2015 líderes mundiales de más de 150 países asistieron a la cumbre de las naciones unidas pertenecientes a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para firmar el documento denominado “Transformar Nuestro Mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” para luchar contra la desigualdad, poner fin a la pobreza y frenar el cambio climático, entrando en vigor el año 2016. El plan de acción basado en 17 objetivos

de Desarrollo Sostenible (ODS) aborda desafíos urgentes dentro de los cuales pretenden equilibrar el desarrollo económico, social y ambiental de manera estratégica y transversal en esfuerzos conjunto, por lo que, en este nuevo marco, México y las naciones alinean sus planes de desarrollo a la agenda 2030 para el desarrollo sostenible.

A nivel nacional y local se reconoce la importancia de la implementación de las TIC en la educación, esto se reconoce en el Plan Nacional de Desarrollo de la República para el período 2013-2018; así como en el Plan Estatal de Desarrollo 2016-2020 de Oaxaca.

Por su parte, la Universidad Autónoma "Benito Juárez de Oaxaca" en su Plan Institucional de Desarrollo para el período 2016-2020, establece como parte del programa estratégico Gestión Moderna y Eficaz que debe existir una "modernización tecnológica universitaria" (PID-UABJO, 2016, p. 15) en este mismo tenor, la Facultad de Contaduría y Administración en su Plan Institucional de Desarrollo 2016-2019 reconoce la importancia de fortalecer su infraestructura tecnológica y generar nuevas opciones formativas a través de las TIC "Innovación en los programas educativos a través de medios no tradicionales mediados por las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC)" (PID-FCA, 2016, p.13).

Las TIC ofrecen un abanico de posibilidades en el ámbito educativo, Peñalosa (2013) realiza una clasificación en torno a ocho tipos de tecnologías: las que sirven para crear ambientes, las que se utilizan para la presentación de contenidos, las que se utilizan para la co-construcción colaborativa, para la autoría y productividad, para la comunicación, para la inmersión, para el desarrollo de estrategias de aprendizaje y las que sirven como herramientas cognitivas. Las herramientas tecnológicas para la educación se clasifican en 8 familias: ambientes de aprendizaje, presentación de contenidos, construcción colaborativa, autoría y productividad, comunicación, inmersión, estrategias de aprendizaje, y herramientas cognitivas (Castro, 2013).

A pesar de que las TIC ofrecen diversas herramientas que pueden ser aplicadas en las IES, el porcentaje de uso es reducido para actividades educativas en comparación con otras aplicaciones, aunado a esto se requieren de ciertas habilidades por parte de los estudiantes que les permitan realizar un correcto manejo de las tecnologías.

Habilidades técnico y cognitivas:

En el contexto de las nuevas tecnologías se solicita que los estudiantes puedan comprenderlas y saber utilizarlas en dos dimensiones: una técnica y otra cognitiva.

Las habilidades técnicas consisten dominar el manejo técnico de cada tecnología (conocimiento práctico del hardware y software que emplea cada medio) (Cebero, p. 275).

Sin embargo, ante las nuevas exigencias de la sociedad del conocimiento, se requiere que los estudiantes desarrollen una serie de competencias que les permitan adaptabilidad a un entorno cambiante: saber trabajar en equipo, capacidad para resolver problemas, para aprender y desaprender, capacidad de innovar; en síntesis, una serie de aspectos que les permitan ser flexibles en un ambiente productivo dinámico.

Apropiación de las TIC

La apropiación consiste en hacer un uso cotidiano de las TIC en el ámbito educativo, en donde se tenga además la capacidad crítica de evaluar contenidos y formas de implementación, desarrollando valores y actitudes a fin de no caer en un posicionamiento tecno fóbico o en una actitud de valoración neutral y acrítica de ellas. La apropiación consiste en las percepciones, actitudes, representaciones que se generan de las TIC a partir de la práctica cotidiana, crítica e innovadora en el contexto cotidiano y en el ambiente educativo por parte de los estudiantes. En este sentido, la tecnología deja de ser algo ajeno a la vida del estudiante, y se incorpora de manera natural a su praxis educativa.

En este sentido Corvi (2010) indica:

> En términos generales, los procesos de apropiación implican el dominio de un objeto cultural, pero involucran también el reconocimiento de la actividad que condensa ese instrumento y con ella los sistemas de motivaciones, el sentido cultural del conjunto. En otros términos, al apropiarse de un objeto cultural se está apropiando también del régimen de prácticas específico que conlleva su uso culturalmente organizado […] la apropiación es entendida como una incorporación plena de las TIC al capital cultural y social.

Metodología

Esta investigación se basó en el enfoque cuantitativo, lo que permitió la recolección de datos para la comprobación de hipótesis.

Objetivo

Conocer las condiciones de acceso, conocimiento, uso y apropiación de las TIC por parte de los estudiantes de nivel superior de la Facultad de Contaduría y Administración de la UABJO.

Objetivos específicos

1. Describir las condiciones de acceso a las TIC por parte de los estudiantes de nivel superior de la FCA.
2. Identificar de qué manera los estudiantes de nivel superior de la FCA han adquirido conocimientos sobre las TIC.
3. Identificar los usos que los estudiantes de nivel superior de la FCA le dan a las TIC.
4. Definir si los estudiantes de nivel superior de la FCA consideran a las TIC como parte de su cotidianidad

Hipótesis

Hipótesis nula (H0): Las condiciones de acceso y conocimiento de las TIC de los estudiantes de nivel superior de la FCA determinan su uso y apropiación

Hipótesis alternativa (Ha): Las condiciones de acceso y conocimiento de las TIC de los estudiantes de nivel superior de la FCA no determinan su uso y apropiación

Hipótesis específicas

H1: Los estudiantes de nivel superior de la FCA tienen limitado acceso a dispositivos, medios y aplicaciones de las TIC.

H2: Los estudiantes de nivel superior de la FCA prefieren utilizar medios de aprendizaje informal para adquirir conocimientos sobre el uso de los elementos de las TIC.

H3: Los estudiantes de nivel superior de la FCA prefieren utilizar las TIC para fines de diversión.

H4: Los estudiantes de nivel superior de la FCA consideran a las TIC como parte de su vida diaria.

Definición operacional de las variables

Para dar respuesta a las preguntas de investigación se identificaron cuatro variables: acceso, conocimiento, uso y apropiación.

Descripción de las variables:

a) Acceso. Se refiere a la posibilidad que tienen los usuarios acceder a la infraestructura tecnológica (dispositivos, aplicaciones y medios).
b) Conocimiento. Acceso a alfabetización formal e informal para utilizar las TIC.
c) Uso. Se entiende como la utilidad/beneficio que proporcionan las TIC al usuario
d) Apropiación: Uso cotidiano de las TIC como parte del capital cultural y social.

Instrumento de medición

Para la recolección de los datos cuantitativos en esta investigación se diseñó un cuestionario basado en las 4 variables de investigación, integrando 16 ítems ordinales y 7 nominales agrupados en 5 secciones: Acceso, conocimiento, uso y apropiación de las TIC, así como información demográfica del estudiante.

Las preguntas que se emplearon en el cuestionario fueron cerradas, con criterios de medición nominal (dicotómicas) y ordinal (Likert).

La estrategia que se seleccionó para la aplicación del cuestionario fue precisamente mediante el uso de las TIC, con la herramienta Google Forms, lo que permitió aplicar cuestionarios a través de Internet mediante dispositivos móviles o computadora personal. Cabe destacar que Hernández (2014) señala el uso de estas herramientas digitales, como una opción para la aplicación de cuestionarios.

La utilización del constructo en la investigación científica facilitó la elaboración estructurada del instrumento de medición, a partir de las variables de investigación se determinan sus dimensiones y se categorizan los ítems proporcionalmente, Tabla 1.

Tabla 1: *Constructo*

Variables de Investigación	Acceso	Conocimiento	Uso	Apropiación
Dimensiones (Indicadores)	-Dispositivos -Medios	-Alfabetización digital formal -Alfabetización digital informal	-Tipos	-Valoración crítica de TIC
Factores Cuantitativos (ítems)	9.¿Cuenta con un Smartphone o tableta? 10.¿Cuenta con computadora? 11. Preferencia de conexión a internet 12. Velocidad de la conexión a Internet 13. Preferencia dispositivo para Internet 14. AccesoTIC FCA	15.- Cursos para uso de dispositivos 16.- Libros para uso de dispositivos 17.- Alfabetización informal para uso de dispositivos 18.- Preferencia alfabetización digital	19.Uso de TIC 20.Percepción de las TIC en formación profesional 21.Uso redes sociales como fuente consulta	22.Percepción de las TIC en su vida cotidiana 23.Tiempo uso diario de Internet

Información del estudiante	1.- Licenciatura 2.- Semestre 3.- ¿Cuántos años tiene? 4.- Sexo 5.- ¿De dónde es? 6.- Situación laboral	7.- Ingresos netos mensuales 8.- ¿Cuántas personas viven con usted?

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2.b Constructo (continuación)

Variables del Constructo		**Factores** del Constructo (ítems)	**Ítem**, Medida (Tipo)
Cuantitativos	Variable 1. Acceso	Smartphone o tableta (9) Computadora personal (10) Lugar de conexión (11) Velocidad de conexión (12) Dispositivo para conexión (13) Acceso TIC FCA (14)	Pregunta 9, Nominal Pregunta 10, Nominal Pregunta 11, Ordinal Pregunta 12, Ordinal Pregunta 13, Nominal Pregunta 14, Ordinal
	Variable 2. Conocimiento	Cursos operación dispositivos (15) Libros operación dispositivos (16) Alfabetización informal dispositivos (17) Preferencia alfabetización (18)	Pregunta 15, Nominal Pregunta 16, Nominal Pregunta 17, Ordinal Pregunta 18, Ordinal
	Variable 3. Uso	Uso de TIC (19) TIC en formación profesional (20) Uso redes sociales consulta (21)	Pregunta 19, Ordinal Pregunta 20, Ordinal Pregunta 21, Ordinal
	Variable 4. Apropiación	TIC en vida cotidiana (22) Tiempo uso diario de Internet (23)	Pregunta 22, Ordinal Pregunta 23, Ordinal
	Información del estudiante	Licenciatura (1) Semestre (2) Edad (3) Género (4) Procedencia (5) Situación laboral (6) Ingresos netos mensuales (7) Personas viven casa (8)	Pregunta 1, Ordinal Pregunta 2, Ordinal Pregunta 3, Ordinal Pregunta 4, Nominal Pregunta 5, Ordinal Pregunta 6, Nominal Pregunta 7, Ordinal Pregunta 8, Ordinal

Fuente: Elaboración propia.

Definición de la muestra

En la presente investigación se utilizó como unidad de análisis a los estudiantes de nivel superior de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca inscritos en el ciclo escolar 2017-2018 semestral teniendo una población de 3255 distribuidos de la siguiente forma: 1341 para la Licenciatura en Administración, 1718 para la Licenciatura en Contaduría Pública, 19 para la Licenciatura en Gestión Municipal, 8 para la Licenciatura en Negocios y Micro finanzas, y 169 para la Licenciatura en Turismo y Desarrollo Sustentable. Se determinó utilizar un muestreo no probabilístico intencional para obtener muestras representativas de cada licenciatura.

Análisis de los datos

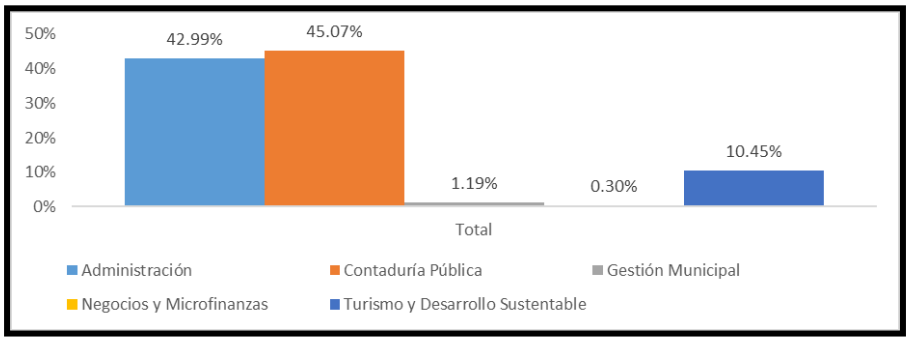
Una vez recolectada la muestra de datos con la herramienta Google Forms se realizó su codificación mediante fórmulas condicionales en el programa de hoja de cálculo Microsoft Excel versión 2016. Posteriormente, para el análisis de los datos codificados se utilizó el software estadístico SPSS versión 21.0.0.0 obteniendo un estadístico de fiabilidad de 0.22 Alfa de Cronbach, asimismo, se realizó el análisis de correlaciones entre las variables mediante el método Pearson identificando las más significativas y se establecieron con ello respuesta a las preguntas de investigación planteadas.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos para 335 estudiantes encuestados, de los cuales 45.07% corresponden a la licenciatura en Contaduría Pública, 42.99% a los estudiantes en Administración, 10.45% los estudiantes de la licenciatura en Turismo y Desarrollo Sustentable; 1.19% los estudiantes de Gestión Municipal y 0.30% de la licenciatura en Negocios y Microfinanzas, tal como se muestra en la Gráfica 1. Del total de encuestados, la mayoría son jóvenes, 84.47%

corresponden a edades que oscilan entre 18 y 23 años, los estudiantes con mayor rango de edad representan el 7.16% con edades que oscilan entre 27 o más años de edad.

Gráfica 1. *Estudiantes encuestados por Licenciatura.*



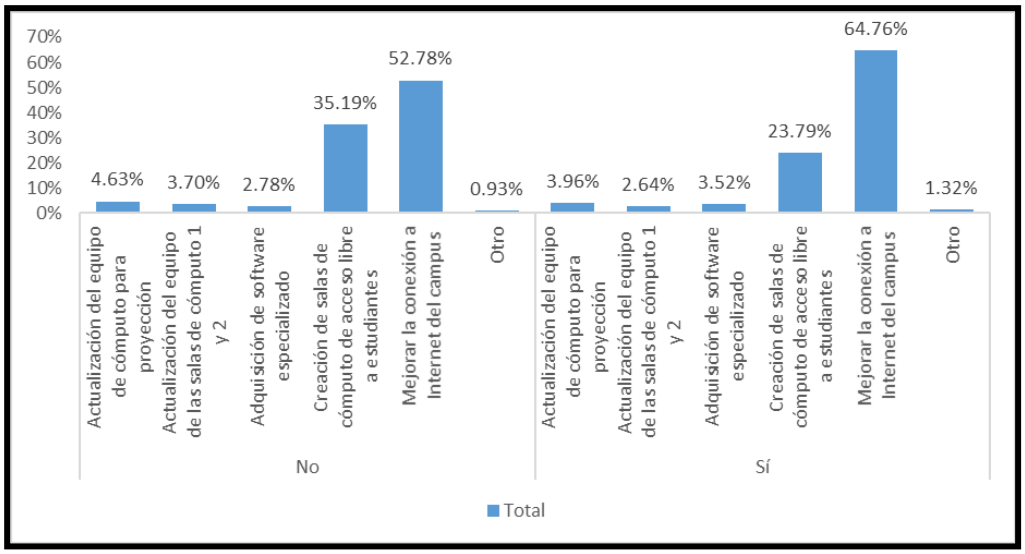
Fuente: Elaboración propia

Acceso a las TIC

En su mayoría, los estudiantes de la FCA señalaron contar con algún tipo de dispositivo tecnológico. El 77.3% indicaron tener Smartphone o tableta, contra 22.7% que no cuentan con este tipo de herramienta tecnológica; por su parte 67.8% cuentan con PC o lap top contra 32.2% que no tiene estos insumos tecnológicos. Los dispositivos tecnológicos móviles –tabletas y Smartphones- encabezan en preferencia como los medios para conectarse a internet con un 69% respecto a dispositivos fijos como lo son la PC y lap top, los cuales obtuvieron un 31%.

El Internet fue de los indicadores más importantes para medir el acceso a la infraestructura tecnológica, en este sentido, el 74.3% de estudiantes prefiere conectarse a Internet en su casa y un 69.3% consideró que la velocidad de conexión es buena, así mismo, el 58.3% consideró que la institución debe mejorar las condiciones de acceso a Internet en el Campus mientras que el 27.5% considera debe crear salas de computo con acceso libre, realizando correlación entre los ítems anteriores, se determina que aquellos estudiantes que no cuentan con computadora personal prefieren que la institución cree salas de cómputo de libre acceso mientras que los que sí cuentan con ella prefieren que se mejore la conexión del Internet en el campus, véase Grafica 2.

Gráfica 2. *¿Tiene computadora? vs Recomendaciones de mejoras de acceso*



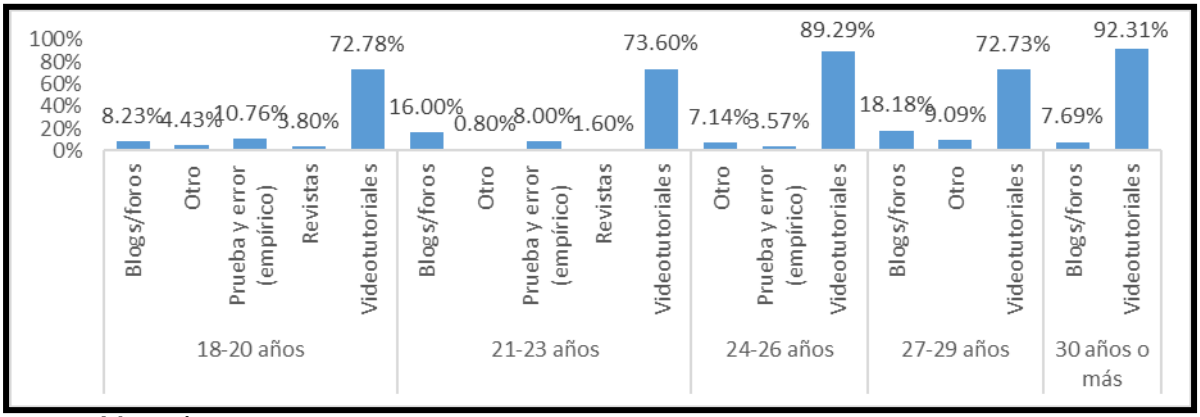
Fuente: Elaboración propia

Conocimientos de las TIC

De acuerdo con los resultados, se identificó que la mayoría de los estudiantes no han tenido procesos de formación formal para el uso de las TIC, un 69% pone de manifiesto no haber realizado ningún curso para aprender a utilizar tecnologías como los dispositivos móviles, de igual manera 75.5% no ha adquirido conocimientos sobre el uso de dispositivos a través de los libros. Estos resultados nos permitieron identificar que las formas en la que los estudiantes han adquirido conocimientos corresponden a procesos informales.

Un 61.5% señalan que, para obtener conocimientos de las TIC, prefieren los cursos institucionales de su unidad académica, por encima de cursos en línea ofertados de manera externa (18.2%) y aprendizaje autodidácta o empírico (20.3%), sin embargo, si se tratase de aprender de manera autodidacta emplearía los video tutoriales 75.2%. A pesar de la incidencia de la tecnología en la vida cotidiana de los estudiantes, la mayoría, prefiere una formación presencial. Realizando la correlación entre el aprendizaje autodidacta y la edad, se observa la tendencia de aprendizaje empírico (prueba y error) que decrece en los grupos de 18 a 26 años hasta desaparecer, así mismo, una tendencia en la preferencia del uso video tutoriales.

Gráfica 3. *Edad vs Preferencia de tipos de aprendizaje autodidacta*



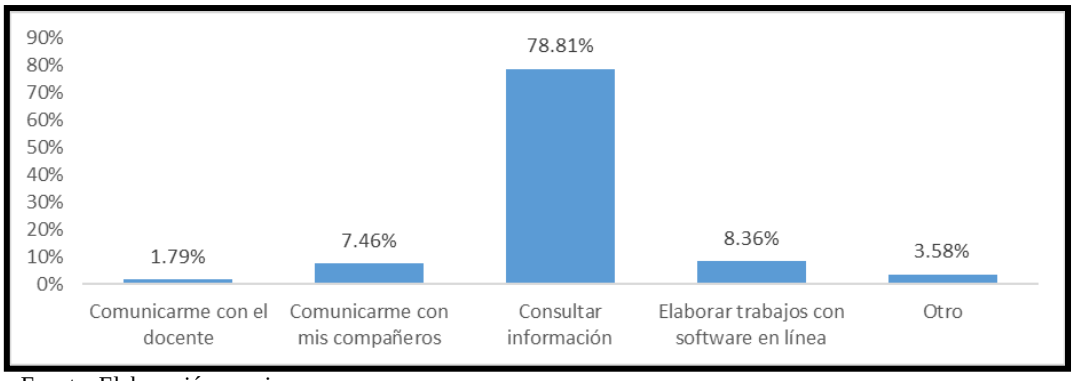
Fuente: Elaboración propia

Uso de las TIC

Principalmente, los usos de las TIC por parte de los estudiantes universitarios corresponden a dos aspectos: la educación 38.5% y las relaciones sociales 26.9%. El uso para el cual emplean las TIC en clases corresponde mayormente a consultar información, en este sentido, esta habilidad se asocia a un uso instrumental de la tecnología, sin embargo, en el contexto de las nuevas tecnologías se solicita que los estudiantes puedan comprenderlas y saber utilizarlas en dos dimensiones: una técnica y otra cognitiva.

La dimensión cognitiva exige que los estudiantes empleen las TIC para trabajar colaborativamente, innovar y generar a partir de la información que existe nuevo conocimiento. En este sentido, los porcentajes más bajos corresponden a comunicarme con el docente 1.79 %, y otro 2.58%, véase Gráfica 4. La red social que más se emplea para la búsqueda de información es el Whastapp, con 38.3%, la red menos empleada es Twitter con 1.19%

Gráfica 4. *Uso de las TIC para formación profesional*

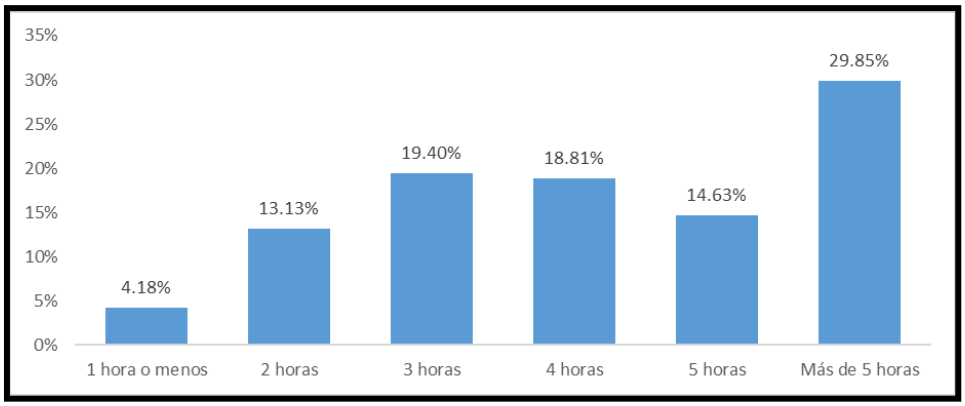


Fuente: Elaboración propia

Apropiación de las TIC

El 76.7% de estudiantes consideran la tecnología como parte de su vida cotidiana, así mismo, utilizan más de 5 horas de Internet diariamente, véase Grafica 5.

Gráfica 5. *Uso diario de Internet*



Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

De los resultados obtenidos se concluye lo siguiente respecto de las hipótesis de investigación:

- Se rechaza H1, la mayoría de los estudiantes de nivel superior de la FCA cuentan con dispositivos móviles, computadora personal y acceso a Internet, sin embargo, aún existe un número de estudiantes por los cuales se debe implementar acciones que reduzcan la brecha tecnológica y les permita igualdad de condiciones para competir.
- Se acepta H2, los estudiantes de nivel superior de la FCA prefieren utilizar medios de aprendizaje informal para adquirir conocimientos sobre el uso de los elementos de las TIC.
- Se rechaza H3, los estudiantes de nivel superior de la FCA prefieren utilizar las TIC para fines educativos, a reserva de comprobación con otras fuentes de información es probable que la respuesta proporcionada difiera de la realidad.

- Se acepta H4, Los estudiantes de nivel superior de la FCA consideran a las TIC como parte de su vida diaria, así mismo, el tiempo de uso diario de Internet confirma su percepción.
- Haciendo un balance entre las cuatro variables estudiadas se concluye rechazar H0, puesto que no existen una correlación determinante para afirmar que el acceso y conocimiento de las TIC por parte de los estudiantes de nivel superior de la FCA condicionen el uso y apropiación que estos tienen de ellas.

Es importante precisar que pese a que la mayoría de los estudiantes de la FCA cuentan con dispositivos móviles y computadora personal se confirma la necesidad de mejorar la conectividad a Internet en el campus, la creación de salas de computo de acceso libre y la generación de contenido de carácter audiovisual compatible con dispositivos móviles, ofertado por la propia unidad académica. Los resultados muestran oportunidades de mejora en áreas específicas que pueden ser integradas en estrategias a corto, mediano y largo plazo, toda vez, que el uso de las TICs es fundamental, se hace necesario realizar esfuerzos para formar estudiantes en igualdad de oportunidades para adquirir los conocimientos tanto técnicos como cognitivos para el manejor de las tecnologías que el mercado laboral actual demanda.

Bibliografía

Belloch, C. (2012). *Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el aprendizaje. Material docente [on-line]*. Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación. Universidad de Valencia. Recuperado en http://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA1.pdf

Cabero A. J. y Llorente C. (2007). *El papel del profesor y el alumno en los nuevos entornos tecnológicos de formación en Nuevas tecnologías aplicadas a la educación*, España: Mcgraw Hill.

Castells, M. (1999). *La era de la información, economía, sociedad y cultura*, México: siglo

Hernández S. R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta edición. McGRAW-HILL / Interamericana Editores.

INEGI (2017). *Estadísticas a propósito del día mundial de internet (17 de mayo) datos nacionales*, consultado el 10 de diciembre de 2017. Recuperado en: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2017/internet2017_nal.pdf

Plan Nacional de Desarrollo de la República para el período 2013-2018. Recuperado en http://www.snieg.mx/contenidos/espanol/normatividad/MarcoJuridico/PND_2013-2018.pdf.

Plan Estatal de Desarrollo 2016-2020 Recuperado en http://www.oaxaca.gob.mx/wp-content/uploads/2017/08/PED-2016-2022-Oaxaca.pdf

Plan Institucional de Desarrollo para el período 2016-2020 UABJO. Recuperado en http://www.uabjo.mx/pid-2016-2020

Peñalosa C. E. (2013). *Estrategias docentes con tecnología, guía práctica*, México: Pearson.

EL IMPACTO NEGATIVO DE LAS REFORMAS ESTRUCTURALES EN MÉXICO, HAN FOMENTADO LA INFORMALIDAD

Abel Ramos Flores
Aarón Juan Hernández
Danae Araceli Sosa Torres
Elsa Elvia Rivera Sánchez
Diego González Algara

Resumen

A partir del 2013, después de reformar la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), mediante diversas políticas fiscales impuestos por el mismo gobierno federal. Cuya intencionalidad era estimular a los contribuyentes para incrementar la recaudación fiscal y satisfacer las necesidades sociales. El presente ejercicio fiscal, catalogado como el año de las "Reformas Estructurales", (fiscales, laborales, energéticas, financieros, etc.,) en vez de beneficiar a las empresas en general, el impacto es negativo, porque han tenido que liquidar a sus trabajadores, obligándolos a emigrar a la informalidad para sobrevivir. Situación que obedece a la nula facilidad de interpretación y aplicación de los artículos reformados de las diferentes leyes, para el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los contribuyentes en este país.

Palabras Clave: Reformas Estructurales, Impacto Negativo, Informalidad.

Introducción

Planteamiento del problema. El ejecutivo federal con el interés de resolver la problemática de la economía financiera de la nación, durante el planteamiento de la iniciativa de ley, hizo una serie de razonamientos para encontrar soluciones que mejoren la vida de los mexicanos, llegando así a determinar que debería atacar todos los aspectos que participan para que una nación pueda competir a nivel micro y macroeconómico. Por estas razones,

creó, diseñó o inventó un “Paquete de Reformas Estructurales”, que así se tenía que ver para modificar la Estructura: Política, Económica y Social en beneficio de los mexicanos.

Pero para hacer todas esas propuestas, primero tuvieron que hacer una serie de modificaciones a la Carta Magna, para que permitiera la modificación de leyes y creación de otras. Por tales motivos a partir del 2013, empezaron con las reformas a la ley federal del trabajo

La propuesta de iniciativa de reforma de la ley federal del trabajo la hicieron el 1 de septiembre de 2012 por el Poder Ejecutivo Federal, la cual fue aprobada por la cámara de diputados el 28 de septiembre de 2012, y por la Cámara de Senadores el 23 de octubre del mismo año, tocándose como puntos trascendentales la transparencia y democracia de los sindicatos. Finalmente, hasta el día 30 de noviembre de 2012 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el Decreto que Reforma a la Ley Federal del Trabajo (LFT), entrando en vigor el 1 de diciembre de 2012.

El día 8 de septiembre de 2013, fue presentada por el presidente Enrique Peña Nieto, para su análisis y discusión en el Congreso de la Unión, el paquete que contiene la Reforma Hacendaria, considerada por el ejecutivo federal como una “gran reforma social” que pretendía acelerar el crecimiento y la estabilidad económica. La novedad de la reforma hacendaria era que los alimentos y medicamentos no se gravarían con el Impuesto al Valor Agregado (IVA), como lo es actualmente. También, la novedad publicitaria, contempló la desaparición de la Ley Impuesto Empresarial a Tasa Única (LIETU) y la Ley del Impuesto a los Depósitos en Efectivo) (LIDE), que así fue. La doctrina decía que pagarían más los que ganaran más, aunque en la actualidad no siga siendo así.

Por otro lado, como novedad se cobrarían impuestos a las empresas afectando sus utilidades que obtengan de la Bolsa de Valores. Y para ampliar la base de datos de contribuyentes, las obligaciones de todos los empleadores, incluyendo las micros, pequeñas y medianas empresas y nuevos inscritos al sistema tributario sólo se incrementarían de forma gradual en un promedio de 10 años, considerándose como beneficio la simplificación de la nueva ley del impuesto sobre la renta, modificándose de 295 a 186 artículos.

De acuerdo a la situación económica y financiera de México, surgió la inquietud de analizar y estudiar el impacto que han tenido las Reformas Estructurales, y en nuestro caso de las "Reformas Laborales y Hacendarias", que en vez de generar tranquilidad en los empleados y empleadores, ha fomentado el incremento de la informalidad.

Este trabajo se delimita en analizar las consecuencias que han generado las reformas estructurales en el deterioro del poder adquisitivo de nuestra moneda, durante el período 2014-2016. Desde el punto de vista teórico se partió de los objetivos y planeamientos de los beneficios que iban a causar las reformas, hasta terminar con la desaparición del IETU y del IDE, que en vez de mejorar la situación económica del país, está empeorando.

La metodología de este trabajo, consistió en recopilar diferentes resultados de documentales y estadísticas, sobre las causas que han incrementado la informalidad y, de que los impuestos también han ayudado, como siempre siguen siendo gravados sobre los contribuyentes cautivos.

Marco Teórico

Concepto de Relación laboral. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su Artículo 123, da origen y establece las relaciones laborales, entre patrón y trabajadores, y de donde se desprende la Ley Federal del Trabajo como "Ley Reglamentaria". En donde, en su Apartado A, regula las relaciones entre los particulares; y, el Apartado B, regula las relaciones entre el sector gobierno y sus trabajadores, o sea, sector público. En cuanto al tema de los impuestos, nuestra Carta Magna, en su Fracción IV, del Artículo 31, establece que:

"Son obligaciones de los mexicanos, contribuir para los gastos públicos, así de la Federación, como de los Estados, de la Ciudad de México y del Municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes". De esta fracción constitucional, se desprenden todas las leyes federales, que refieren especialmente al cumplimiento y entero de los impuestos, que es el objeto del desarrollo de este tema.

Concepto de Impuestos. En el sistema fiscal mexicano, de acuerdo al Código Fiscal de la Federación se refiere a los Ingresos del Estado que son impuestos; de acuerdo a este Código, los impuestos comprendidos dentro del concepto general de contribuciones, son aquellos que recibe el Estado como resultado de un acto jurídico unilateral. (Escobar Ramírez; 1997).

En el Artículo 2 del Código Fiscal de la Federación forman cuatro grupos de ingresos que integran los llamados "contribuciones", y que a saber son: Los Impuestos, las Aportaciones de Seguridad Social, Las Contribuciones de Mejoras y los Derechos. Para los efectos de este trabajo de estudio, estaremos analizando las consecuencias de los impuestos.

Definiciones. En la enciclopedia Jurídica Omeba, T. XV, cita a diferentes autores donde conceptualizan los impuestos, siendo estos: Montesquieu dice que: "Las rentas del Estado (comprendido en ellas naturalmente, al impuesto) son las partes de sus bienes que da cada ciudadano para tener seguro el resto o gozar de él agradablemente".

Otro fiscalista como H Dennis, lo define "Impuesto es la contribución obligatoria del individuo a las cargas que la conservación y el desenvolvimiento del conjunto del cuerpo social impusieron a las pasadas y en pago de los servicios públicos que exigen de la generación presente".

Para Gabino Fraga "El impuesto se establece por el poder público ejercitando una prerrogativa inherente a la soberanía; de tal manera que la obligación de cubrirlo no constituye una obligación contractual, ni regida por las leyes civiles, sino una carga establecida por decisión unilateral del Estado, sometida exclusivamente a las normas del Derecho Público".

La Suprema Corte de Justicia de la Nación, considera que el impuesto constituye una prerrogativa inherente a la soberanía del Estado, como es de verse por la siguiente Jurisprudencia: "El fisco cuando usa su facultad soberana de cobrar impuestos, multas y otros pagos fiscales obra ejerciendo una prerrogativa inherente a la soberanía".

El Código Fiscal de la Federación incluye los impuestos en el concepto genérico de contribuciones, o sea, las prestaciones que exige el Estado en ejercicio de su poder de

imperio. La voz de impuesto proviene del verbo latino imponere, que significa, “imponer, hacer recaer” y del verbo se deriva del sustantivo impositum.

La definición de impuesto contiene muchos elementos, y por lo tanto pueden exigir diversas definiciones sobre el mismo. Entre las principales definiciones están las siguientes:

Para Eherberg: “Los impuestos son prestaciones en dinero, al Estado y demás entidades de Derecho Público, que las mismas reclaman en virtud de su poder coactivo, en forma y cuantía determinadas unilateralmente y sin contraprestación especial con el fin de satisfacer las necesidades colectivas” (Flores, Zavala; 1946:33).

Clasificación de los impuestos. En materia de impuestos existen múltiples clasificaciones teóricas (Uresti, 1995), según el concepto o manifestación especifica que se le considere; en algunas ocasiones se atienden a sus efectos, el objeto que se grava y otros elementos, Uresti menciona que entre las más importantes clasificaciones destacan: la que las ordena en directos e indirectos atendiendo el criterio de la repercusión o sea los efectos, los directos no se repercuten, mientras que los indirectos sí. En cambio, atendiendo un criterio administrativo, los directos gravan rendimiento mientras que los indirectos atienden consumos.

Considerando el periodo de percepción o la temporalidad o regularidad, los impuestos pueden ser ordinarios y extraordinarios; los primeros son los que se perciben regularmente en cada ejercicio fiscal, mientras que los segundos se perciben por exigencias eventuales para cubrir gastos imprevistos.

Se clasifican en reales y personales, los reales toman en consideración ciertos elementos de las cosas como la propiedad o la posesión de un bien mueble o inmueble o la naturaleza del acto mediante el que se detentan; los personales atienden al individuo y no a las cosas; es decir, el gravamen se fija tomando en consideración ciertas cualidades subjetivas de las personas, como el Impuesto Sobre la Renta (ISR) a los ingresos de las personas físicas, mediante el cual se establece la acumulación de algunos de sus ingresos, e incluso se considera el elemento nacionalidad o el de residencia.

En forma general podemos considerar la siguiente clasificación:

a) Ordinarios y extraordinarios

Los impuestos ordinarios son los que forman parte de los ingresos normales del fisco, y que subsisten a través de los diversos ejercicios anuales como acontece con el Impuesto Sobre la Renta o el Impuesto al Valor Agregado que aparecen cada año.

Son impuestos extraordinarios, los de carácter excepcional en su recaudación o en su cuantía; tienen vigencia transitoria y sirve para cubrir una necesidad urgente, necesidad de la administración, ejemplo el pago de la deuda pública o realizar una obra importante.

b) Directos e indirectos

Los impuestos directos son los que recaudan regular y periódicamente porque la administración cuenta con nóminas administrativas, padrones, catastros, o sea que la administración ejerce un control sobre los individuos registrados, como sucede con quienes están inscritos en el registro federal de contribuyentes.

Los impuestos indirectos son los que se recaudan en forma intermitente o discontinua, a personas indeterminadas que pagan el impuesto al momento de adquirir las cosas o realizar los hechos como sería el impuesto al valor agregado.

Existe otro criterio de distinción, el cual se funda en el proceso de repercusión. La repercusión es el acto por virtud del cual el impuesto recae sobre el contribuyente, o sea, sobre la persona que por disposición legislativa debe pagar el impuesto; la repercusión es el fenómeno por virtud del cual el contribuyente traslada el impuesto sobre otras personas, en cuyo caso se establece una verdadera cadena, ya que el segundo o tercero que ha recibido el gravamen del primer obligado, a su vez lo repercute a otra persona y así sucesivamente, finalmente la incidencia es la fase final en el recorrer del impuesto, porque la persona que lo paga ya no está en posibilidad de trasladar el gravamen a otro. De acuerdo con la distinción por el proceso, se concluye que si el impuesto se puede trasladar, estaremos en presencia de un impuesto indirecto de lo contrario el impuesto será directo.

c) Impuestos reales e impuestos personales

Los impuestos reales se establecen tomando como criterio para el gravamen tan solo los bienes o derechos sobre los que recae; gravan por tanto la riqueza considerada objetivamente, sin atender a la situación personal del que la posee, como acontece con el impuesto predial, el impuesto sobre las construcciones o el impuesto sobre la tenencia de automóviles. El impuesto personal es aquel que grava la riqueza, pero subjetivamente considerada, es decir, atendiendo a la situación económica del contribuyente, a su capacidad contributiva.

d) Impuestos específicos e impuestos ad-valorem

El impuesto específico toma en cuenta sólo la medida, el peso o la cantidad sin importarle su calidad o precio, en cambio el impuesto ad-valorem si toma en cuenta el precio y la calidad del producto o cosa que grava, como ejemplo se considera el impuesto al valor agregado (IVA).

e) Impuestos con fines fiscales y con fines extra fiscales

Los impuestos con fines fiscales son aquellos que se establecen en el presupuesto para satisfacer el gasto público y los impuestos extra fiscales no tienen esta finalidad, se establecen con fines distintos como acontece con la prohibición para la importación de algunos artículos o géneros; en este caso las altas tarifas arancelarias no tienen como finalidad cubrir el presupuesto sino proteger el comercio y la industria nacional.

Elementos del impuesto

El Artículo 5, del Código Fiscal de la Federación, en su Primer Párrafo, establece los elementos del impuesto, que a saber son:

Sujeto: Es el sujeto pasivo, es decir la persona física o moral que tiene la obligación de pagar un impuesto determinado en los términos establecidos por la Ley de dicho impuesto.

Objeto: Es la actividad o cosa que la Ley del impuesto señala como motivo del gravamen, de tal manera que se considera como el hecho generador del impuesto. En este caso podría

ser si hablamos de un impuesto especial para personas que adquieran celulares, el hecho generador del impuesto sería el adquirir celulares.

Base: Es el monto gravable sobre el cual se determina la cuantía de un impuesto. Ejemplo: la cantidad de renta recibida, el número de litros producidos o el ingreso anual de un contribuyente.

Tasa o Tarifa: Es la cantidad de dinero que el contribuyente deberá pagar por concepto de un impuesto en específico.

Hay impuestos que cobran esa cantidad de dinero a través de un porcentaje como es el 16% del Impuesto al Valor Agregado, mientras que en otras ocasiones te señalan un monto en específico que deberá pagarse.

Época de Pago: Como su nombre lo indica, es la fecha a través de la cual se deberá enterar o dar cumplimiento al pago de un impuesto.

Metodología

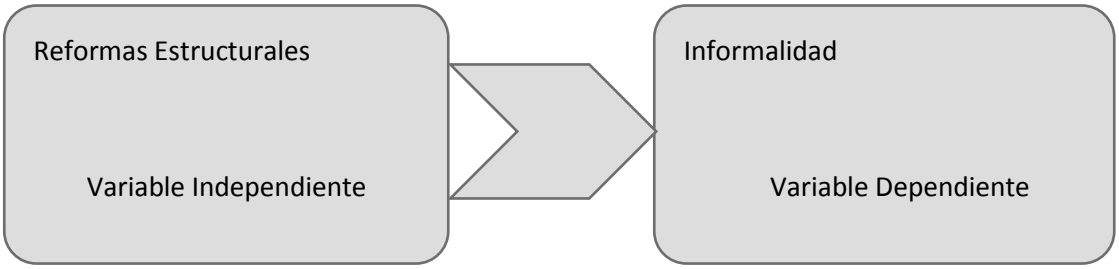
El estudio de este tema, "el impacto negativo de las reformas estructurales en México, han fomentado la informalidad", precisa de conocimientos de las variables que son importantes para el logro de los objetivos, en este punto se presenta la metodología que siguió la investigación, tanto para recolectar la información como para la aplicación de la técnica que da respuesta a la hipótesis de investigación.

Referente a la clasificación de los diferentes tipos de investigación y después de analizar cada una de ellas, se determina que la presente investigación es explicativa.

La hipótesis de investigación es una hipótesis correlacional bivariada parcialmente explicativa, ya que del impacto negativo de las reformas estructurales en México depende el incremento de la informalidad.

La informalidad de los trabajadores y empresarios en México está en función de la aplicación de las reformas estructurales de su impacto negativo que han tenido.

Esquema 1. Variable Independiente y Variable Dependiente.



Análisis de los datos

Una vez realizado el trabajo de investigación de forma documental y estadístico, se observa que realmente la aplicación de las reformas estructurales que ha establecido el ejecutivo federal, en vez de fomentar la recaudación para la satisfacción de los servicios públicos provocando el desarrollo del país, ha fomentado una sobrecarga fiscal de no fácil cumplimiento, tanto para los empleados como para los empleadores, fomentando el incremento del sector informal en estos dos rubros, y que son columnas importantes en donde descansa el desarrollo de la economía nacional.

Resultados

En México, a través de la historia los gobiernos de distintos colores, al implementar los diferentes estilos y sistemas de recaudación muy a su criterio, ha generado el desaliento de la economía formal, así como las diversas y complejas medidas fiscales que consideran al empresario no como un empleador que sea capaz de mantener la relación laboral por largo tiempo cumpliendo sus obligaciones con sus empleados de acuerdo a la Ley Federal del Trabajo, ni mucho menos motiva la cultura del pago de los impuestos.

A partir del año 2014, año en que se empezaron a aplicar las reformas estructurales con elevadas y pesadas cargas de impuestos, tales como: el 16 % del Impuesto al Valor

Agregado; el 35 % del Impuesto Sobre la Renta (ISR) y el 10 % a las utilidades de las inversiones que hacen en la Bolsa Mexicana de Valores, siendo algunas de las razones que ocasiona la economía informal en México, al grado tal de que las personas huyan de la cultura del pago de los impuestos.

La teoría y el objetivo de la economía en progreso, de este período de gobierno federal ha sido desde el principio, el aumento desmedido de impuestos y la simplificación en el pago de los mismos, pero al hacer este trabajo de investigación, se comprueba que el crecimiento económico, no es lo proyectado; por el contrario ha ido en decremento, ya que a cada día es menor el poder adquisitivo de la moneda. Esto se debe también, porque en 2013 el Producto Interno Bruto (PIB) tuvo un crecimiento del 1.4 % y, según las esperanzas de la reforma estructural hacendaria y laboral para el 2014 se esperaba según lo presupuestado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) el incremento a 3.4 %, pero lamentablemente sólo fue del 2.1 %, esto significa que la estimación y publicación del gobierno no es congruente con la realidad de los resultados.

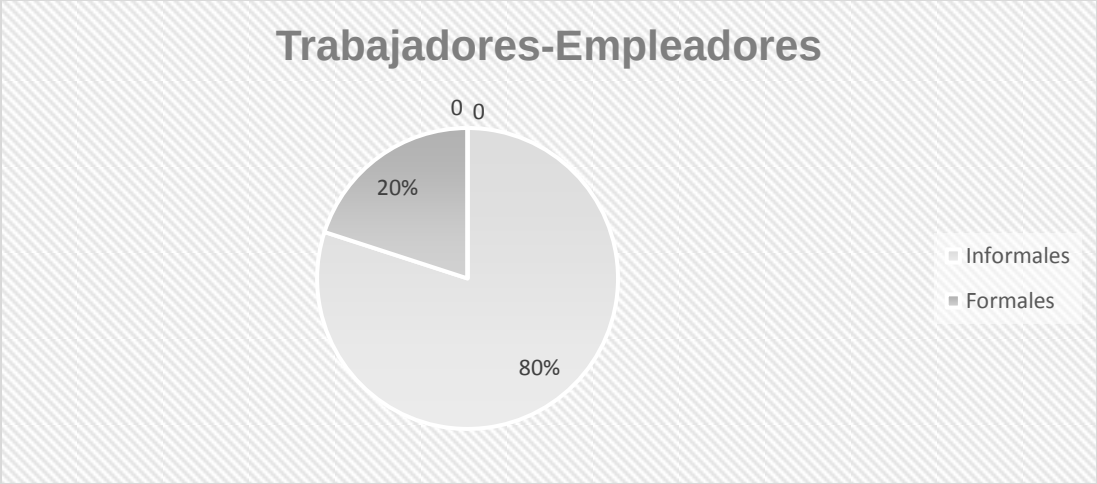
Por otro lado, como resultado de nuestra investigación y que es un mal general en nuestro país, la burocracia gestora; es decir, para la creación e iniciación de operaciones de los negocios, en cuanto a trámites es tan engorroso, difícil e innumerables requisitos que no se pueden cumplir, no por falta de voluntad, sino por la incapacidad de conseguirlos, más aún ahora con la tecnología informática y bancaria, y la falta de capacitación proporcional y segura que deberían dar las autoridades hacendarias en cualquier nivel de gobierno, motivos por los cuales, también las personas prefieren emigrar a la informalidad.

Después de analizar las estadísticas diversas, como resultado de las reformas estructurales, se han recogido resultados negativos en la captación de ingresos desde 2014, que es el año en que entró en vigor la reforma hacendaria, desactivando rotundamente la economía formal. La situación crítica de las finanzas públicas que guarda la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) especificó que de enero a septiembre de 2014 la recaudación de impuestos creció en 30.3 %. Por Impuesto Sobre la Renta (ISR) los ingresos aumentaron a 29.1 % al rebasar de $ 727,607 millones pesos a 929,971 millones; por otro lado, la captación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) aumentó a 24.2 %, o sea de 439,348

millones a 539,083 millones de pesos, sobrentendiéndose el impuesto al consumo, también le perjudicó a los mexicanos.

De acuerdo a los datos estadísticos que salvaguarda el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), únicamente de los 13.2 millones de trabajadores que tienen cuentas propias y son empleadores a la vez, el 80 % genera ingresos en la economía informal. Dicho de otra manera, de los 13.2 millones, 10.5 millones están en el sector informal. El 75.2 % de estas personas son micropequeñas y medianas empresas y están trabajando sin registros correspondientes.

Gráfica 1. Ingresos de la economía informal, de trabajadores-empleadores.



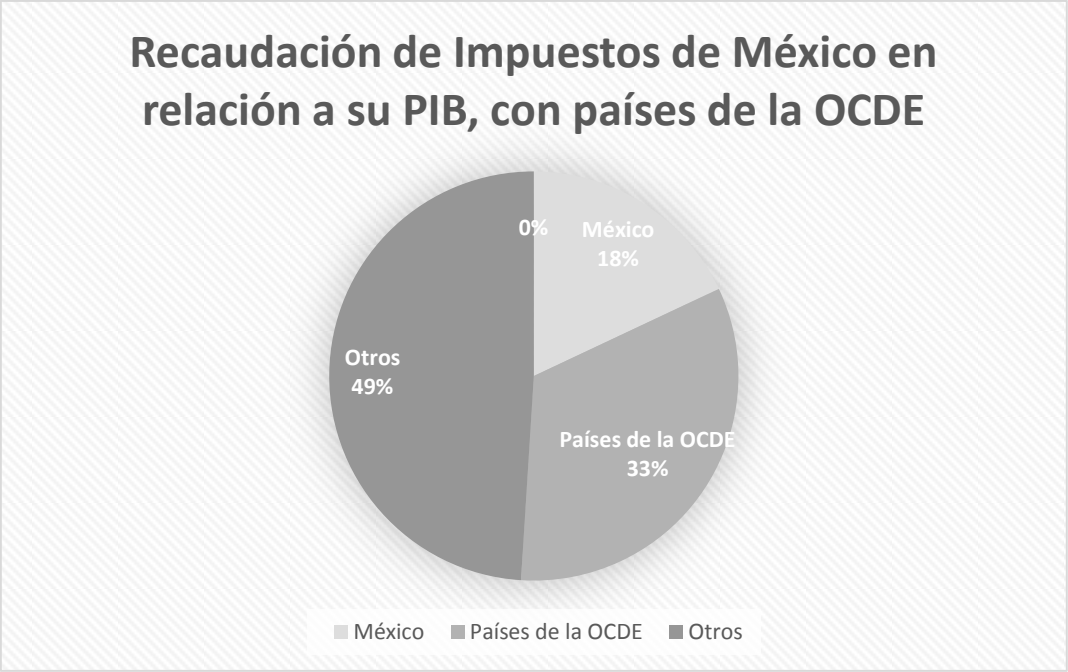
Fuente: INEGI

Según datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), a partir del 2005 en el ramo laboral creció en términos reales a 8.3 % de mexicanos empleados, considerado como la ampliación al 2 % anual histórico. Pero, actualmente en los años, 2015 y 2016, estas cifras de empleados, se ha detenido considerablemente en su crecimiento. Todo esto es, después de la entrada en vigor de las reformas estructurales de la Ley Federal del Trabajo (LFT) y de las Leyes Fiscales (LF).

Como resultado de la reforma estructural fiscal, en una encuesta realizada por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), el 31% de los contribuyentes ha tenido que esperar horas en una fila para pagar sus impuestos y un 13% tienen que desfilar de una

ventanilla a otra por este trámite. Asimismo, resulta que el 65% de los ciudadanos que declaran impuestos ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) ha sido víctima de soborno, para que le agilice su proceso de pago. Dichas cifras son algunos de los motivos por lo cual, la recaudación en nuestro país representa apenas el 18% del Producto Interno Bruto (PIB), un nivel inferior al 33% que captan en promedio los países que integran la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Gráfica 2. Recaudación de Impuestos de México en relación a su Producto Interno Bruto, con países de la OCDE.



Fuente: INEGI

Conclusiones

El presente trabajo de investigación se realizó con la finalidad de que cualquier persona, microempresaria o no, empleadores o empleados, que vivimos en México, el desconocimiento de los cambios estructurales de las diferentes leyes de la rama que sea, no nos libera de las consecuencias en forma directa e indirecta en la economía, y que a la vez es en perjuicio de la economía formal; además, una sobrecarga tributaria que a cada día es más alta y complicada de cumplir, porque las autoridades hacendarias, tecnológicamente

complican más el cumplimiento de las mismas, sin tomar en cuenta que existen Estados en México con una alta marginación y pobreza que apenas y tienen para "sobrevivir" y cómo les dan el mismo tratamiento con ciudades de nivel medio o alto nivel económico, esto se debe a que desde tiempos muy remotos, los funcionarios sólo están detrás de un escritorio percibiendo un salario que no es el mismo que los mexicanos que son la mayoría y perciben menos del "minisalario", mal llamado mínimo, cómo les va alcanzar para tener recursos y cumplir correctamente.

En cuanto a las reformas laborales, otro punto trascendental, en el crecimiento o decrecimiento de la economía, ha llevado en un alto porcentaje de empleados a la informalidad, dejando más desprotegidos a los que menos tienen para mantener una familia, mucho menos tienen para elevar el medio digno de vida a sus hijos.

En resumen, consideramos que el conjunto de reformas estructurales, en vez de beneficiar al país y a los mexicanos, ha perjudicado el poder adquisitivo al grado tal, que las manifestaciones de rebeldía, rechazo, inseguridad y delincuencia han incrementado de manera tal, que nadie quiere arriesgar lo poco que puede invertir, ni siquiera para sobrevivir, mucho menos para enriquecerse, y por el sector público aunque implemente medios electrónicos de captación de ingresos no logra mejorar sus objetivos, llegando a ser trascendentales las consecuencias en inarmonía social e incremento significativo de la informalidad, comprobándose la hipótesis de que las reformas estructurales sí han impactado negativamente en la microeconomía y por consecuencia en la macroeconomía de nuestro país, dando como resultado el incremento vertiginoso de la informalidad, tanto de empleados como de empresarios.

Propuestas

En nuestra opinión, proponemos que los Gobiernos Federal, Estatal y Municipal, hagan un verdadero análisis de las reformas que realmente fomente la creación de nuevas empresas y mantenga las existentes, pero con leyes que sean fáciles de interpretar y cumplir, además disminuir las altas tasas de impuestos, tanto para los empleadores y empleados; así como, hacer más fáciles las leyes en su operatividad, distinguiendo las diversas economías regionales, tomando en cuenta los recursos materiales, climáticos y de sus idiomas, que

también son un factor indispensable para tener la correcta comunicación e interpretación de las leyes, y esto se tiene que hacer de manera urgente, logrando así recuperar el poder adquisitivo de la moneda.

También, es urgente, incluir en todo tipo de reformas estructurales, la transparencia en el uso de los recursos, y el trato igual a los contribuyentes, sean personas físicas pequeñas, microempresarios o medianos empresarios, así como a los asalariados, que conforman el 90 % de la base contributiva en nuestro país.

Hacer un análisis de conciencia social, en donde las reformas estructurales sean en beneficio de la sociedad y en la cultura del cumplimiento de las obligaciones impositivas, distribuyendo el tributo para el progreso de México, y no como hasta ahora, que sólo se enriquecen los que más tienen.

Eliminar los regímenes especiales, que sólo benefician a las grandes empresas, que en forma global representan un 10 % de la base contributiva.

Dentro de las reformas fiscales, proponemos una verdadera simplificación administrativa en el cumplimiento de las obligaciones, haciéndolas más fáciles y menos gravosas, para que los contribuyentes no les generen gastos innecesarios que los desalienten y emigren a la informalidad.

Bibliografía

Código Fiscal de la Federación 2013, 2014, 2015, 2016.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos 2013, 2014, 2015, 2016.

Enciclopedia Jurídica Omeba, T. XV, (1961). Editorial Bibliográfica Argentina, Buenos Aires.

Escobar Ramírez Germán. (1997). Principios de Derecho Fiscal, ed. OGS Editores, S.A. de C.V. 2da Edición. Puebla.

Flores Zavala Ernesto, (1946). “Elementos de Finanzas Públicas Mexicanas”, Ed. México D.F.

Gabino Fraga, (1986). Derecho Administrativo. Editorial Porrúa, 5a. Edición, México.

Hernández, R., Fernández, C, y Baptista L. (2008). Metodología de la Investigación, 4°. Edición, Mc Graw Hill, México, D.F.

http:/www.forbes.com.mx

https//www.asf.gob.mx Apuntes Didácticos.

http://www.elfinanciero.com.mx

www.inegi.org.mx NEGI. (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática).

Ley del Impuesto Empresarial a Tasa Única, 2013.

Ley del Impuesto Sobre la Renta, 2013, 2014, 2015, 2016.

Rosas Aniceto, Roberto Santillán. (1962). “Teoría General de las Finanzas Públicas y el Caso de México”. Escuela Nacional de Economía, México D.F.

Uresti Robledo, Horacio (1995). Los Impuestos en México, Tax Editores Unidos, S.A. de C.V. Monterrey, Nuevo León.

CAPÍTULO V

ÁMBITO LABORAL, CONTABLE Y DE SEGURIDAD SOCIAL.

CONTENIDO

Vinculación irregular al sistema general de seguridad social en Colombia, análisis de los afiliados como independientes a la NUEVA EPS. (UNIAGUSTINIANA)

Control interno en una empresa privada de servicios en la región de valles centrales, Oaxaca. (CENTRO UNIVERSITARIO CASANDOO)

El clima organizacional en una dependencia de la Administración Pública Estatal. (CENTRO UNIVERSITARIO CASANDOO)

Los Valores Éticos. Pilares en el desempeño del Servidor Público. (UABJO-FCA)

Aplicación estretégica del ISR a través del RIF para el micro y pequeño comerciante. (UABJO-FCA)

VINCULACIÓN IRREGULAR AL SISTEMA GENERAL DE SEGURIDAD SOCIAL EN COLOMBIA

Análisis de los afiliados como independientes a la NUEVA EPS

Sandra Milena Jiménez Puentes
Jhon Fray Portilla Vidal
Katherine Joulieth Rodriguez Fajardo
Yuber Liliana Rodríguez-Rojas

Resumen

Colombia ha diseñado distintos mecanismos para el proceso de afiliación al SGSS por parte de la población; sin embargo, algunas organizaciones se han lucrado por la falta de mecanismos de control que se tiene frente a los tiempos de vinculación, al ofrecer otras estrategias de vinculación al sistema. Es por ello, que este proyecto de investigación buscó caracterizar la población que se vincula de forma irregular al sistema general de seguridad social afiliada a NUEVA EPS, con el fin de sensibilizar sobre la vinculación de manera correcta a los afiliados por medio de comunicación audio visual. Se detectaron 901 cotizantes de 338 organizaciones que presentaron pagos irregulares en sus aportes al Sistema General de Seguridad Social en Salud, para los periodos de enero a junio de 2017. A partir de los resultados obtenidos, se generó una campaña de sensibilización, liderada por NUEVA EPS, a través de medios de comunicación de distintas ciudades y municipios como Bogotá, Huila, Bucaramanga, Ibagué, Valledupar, Barranquilla, Manizales, Cartagena, Córdoba y por medio de periódicos y noticieros como Noticias Caracol, El Colombiano, Mi Putumayo, HBS Noticias de Bogotá, Diario del Cauca, Extra, El Nuevo Día, RPT Noticias, Notidia, Extranoticias, Eje21, El Heraldo, Q Hubo, La Verdad, El Meridiano, De la Realidad, Vea Pues Quindío, El Quindiano, Todelar, Rimixradio y también presentado en los noticieros de Canal Caracol y CM&, la cual se enfoca en los aspectos clave que la ciudadanía debe tener en cuenta para garantizar la afiliación efectiva a los servicios de salud, riesgos laborales y pensión.

Palabras Clave: Administración de los Servicios de Salud, Seguridad social, afiliación a la seguridad social.

Introducción

Planteamiento del problema. La Seguridad Social es un aspecto esencial para la protección de las personas, es por ello, que todos los Estados la incluyen en sus programas de gobierno; hace parte de un sistema de protección que busca preservar la existencia de las personas individual y colectivamente.

En Colombia, el sistema de seguridad social está regulado en gran parte por la Ley 100 de 1993. Con esta ley se crearon las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), las Entidades Promotoras de Salud (EPS), las Administradoras de Riesgos Laborales (ARL) y los servicios sociales complementarios. Este sistema fue creado con los principios de universalidad, solidaridad, igualdad, obligatoriedad, prevalencia de derechos, enfoque diferencial, equidad, calidad, eficiencia, participación social, progresividad, libre escogencia, sostenibilidad, transparencia, descentralización administrativa, complementariedad y concurrencia, corresponsabilidad, irrenunciabilidad, intersectorialidad, prevención y continuidad (Ley 100, 1993, art.8).

Con la implementación de la Ley 100 de 1993, Colombia alcanzó una cobertura cercana a un 90% de la población incorporada a los regímenes Contributivo y Subsidiado; cabe precisar que, antes de la puesta en marcha del Sistema General de Seguridad Social (SGSS) contemplado en esta Ley, los colombianos contaban con servicios de salud por vía de un plan o un seguro, el cual daba una cobertura aproximada del 30% (Holmes y Torres, 2013). Por consiguiente, el principio de la Universalidad, contemplado en la Ley 100, mejoró la cobertura del sistema de salud de forma significativa.

Para ampliar la cobertura el sistema general de seguridad social en salud se organizó en dos regímenes: Contributivo y Subsidiado. Se crearon ayudas económicas al sector salud para dar apoyo a la población en condición de vulnerabilidad y que no tiene vinculación laboral formal. Además, el sistema se caracteriza porque los afiliados cotizantes del régimen contributivo subsidian a los afiliados al régimen subsidiado.

En cuanto a la afiliación a las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), las Administradoras de riesgos laborales (ARL) y algunos de los servicios sociales complementarios, como las cajas de compensación familiar, los deben realizar los trabajadores colombianos en calidad de dependientes o independientes según corresponda.

Sin embargo, la afiliación de una parte de la población independiente al SGSS es efectuada de forma parcial, es decir, por unos cuantos días y no por el mes completo. Este trámite es realizado por agrupadoras que crean una razón social, quienes se lucran por la prestación de este servicio de afiliación. Los principales usuarios de estas organizaciones son personas con bajos ingresos, trabajos informales o personas que requieren principalmente los servicios de salud, quienes ven como una mejor alternativa, vincularse por medio de estas organizaciones, debido a su falta de conocimiento sobre el sistema y a la necesidad de vincularse al SGSS con menos de la mitad del valor a cotizar.

La Nueva EPS es una sociedad anónima que surgió con carácter privado y posteriormente recibió aportes públicos, por ende, se adquirió el carácter mixto. En esta entidad, por medio del área de recaudo y compensación, se han identificado más de 338 organizaciones que presentan pagos inferiores a 30 días, con novedades en las planillas de pago de ingreso y retiro en el mismo periodo, y se detectaron 901 cotizantes con pagos parciales y 7.848 pagos de presuntos independientes agremiados vinculados por medio de estas organizaciones a NUEVA EPS.

Por lo anterior, se ha identificado que los trabajadores informales que existen actualmente en la sociedad colombiana son un nicho vulnerable para las agrupadoras. Para el trimestre de mayo a julio de 2017, el independiente por cuenta propia concentró el 61,9% de la población ocupada informal en el total de 13 ciudades del país Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2017).

Como consecuencia de las reiteradas novedades de ingreso y retiro registradas por los aportantes, los usuarios pueden presentar entre muchos, los siguientes inconvenientes:

- Al momento de solicitar los servicios de salud en sus respectivas Entidades, debido a que pueden encontrarse en estado retirado, o con servicio únicamente por urgencias.
- En caso de que sean atendidos, y según criterio médico, si el afiliado requiere de una incapacidad laboral, la EPS no podrá realizar el reconocimiento económico, teniendo en cuenta que el afiliado no cuenta con un mínimo de cuatro semanas ininterrumpidas cotizadas, previos a la ocurrencia del evento (Decreto 2353, 2015, art.81). En la Nueva EPS para el año 2016 se negaron 1.177 incapacidades por periodos mínimos de cotización.
- Por lo anterior, se pueden ver afectadas las madres gestantes que se afilien a las EPS por medio de las agrupadoras, buscando proteger la vida y la salud de su bebé. Al momento de solicitar el reconocimiento económico de la licencia de maternidad, según el Decreto 2353 se requiere:

  1) Estar afiliada SGSSS, durante el período de gestación.

  2) Estar al día en el pago de las cotizaciones. O ponerse al día antes de la fecha del parto, lo cual aplica para las licencias de maternidad emitidas antes del 03 de diciembre de 2015 teniendo en cuenta que con la entrada del Decreto 2353, los pagos derivados de licencias de maternidad se pueden realizar de manera proporcional (Decreto 2353, 2015, art.78). Por esta razón para el año 2016 en la Nueva EPS se negaron 55 licencias de maternidad, las demás fueron reconocidas de manera proporcional.

- Situación que también afecta a los padres cotizantes que soliciten su licencia de paternidad, debido a que, a esta población a diferencia de las licencias de maternidad, no se reconoce el pago de manera proporcional (Decreto 2353, 2015, art.80).
- Hasta que al afiliado no se le defina el origen de sus incapacidades, las EPS deben sufragar los gastos derivados de incapacidades bien sea de enfermedades generales, accidentes o enfermedades laborales, desviando recursos y generando

gastos a las entidades que conforman el SGSS. En el año 2016, se negó el reconocimiento a 277 incapacidades por esa causa.

Las ARL determinan qué tipo de riesgo es el que tiene la empresa según su actividad económica, al no aplicar para las organizaciones agrupadoras ya que no se puede clasificar cuál es el riesgo real, porque tienen afiliados de diferentes ocupaciones y no presentan instalaciones físicas no se puede realizar la evaluación al sitio de trabajo, adicionalmente un accidente laboral puede ocurrir cuando el empleador ha omitido su afiliación o su aporte a la ARL, corriendo el riesgo de que se generen negaciones de servicio, cobertura o aún más grave el trabajador sufra alguna secuela derivada bien sea de un accidente de trabajo o una enfermedad laboral, que le impida seguir realizando sus actividades laborales.

El Sistema General de Riesgos laborales fue creado por el gobierno colombiano para proteger a toda la fuerza laboral (Decreto 1295, 1994, art.1). En Colombia se considera como accidente de trabajo "todo suceso repentino que sobrevenga por causa o con ocasión del trabajo, y que produzca en el trabajador una lesión orgánica, una perturbación funcional o psiquiátrica, una invalidez o la muerte" (Ley 1562, 2012, art. 3) y como enfermedad laboral aquella que es "contraída como resultado de la exposición a factores de riesgo inherentes a la actividad laboral o del medio en el que el trabajador se ha visto obligado a trabajar" (Ley 1562, 2012, art. 4). En este sentido, cuando el trabajador se encuentra afiliado correctamente en el nivel de riesgo correspondiente con el tipo de labor que desarrolla, la ARL cubrirá el 100% de su incapacidad médica.

En términos más detallados, los colombianos que sean afiliados por medio de agrupadoras a las ARL y que no cumplan con las condiciones de afiliación correcta, están expuestos a perder el derecho de las siguientes prestaciones económicas:

a) Asistencia médica, quirúrgica, terapéutica y farmacéutica.

b) Servicios de hospitalización.

c) Servicio odontológico.

d) Suministro de medicamentos.

e) Servicios auxiliares de diagnóstico y tratamiento.

f) Prótesis y órtesis, su reparación, y su reposición solo en casos de deterioro o desadaptación, cuando a criterio de rehabilitación se recomiende.

g) Rehabilitaciones física y profesional.

h) Gastos de traslado, en condiciones normales, que sean necesarios para la prestación de estos servicios.

Un punto que también hay que tener presente al escoger la forma como el usuario quiere cotizar son los beneficios en promoción y prevención. La ARL, tiene por obligación disponer de un rubro en de sus ingresos en planes de promoción y prevención, al estar vinculados bajo una empresa agrupadora la información llegará al empleador para que los usuarios accedan a estos planes, y es esta quien decide la participación de sus afiliados, al no tener una segmentación organizada de las actividades económicas desarrolladas por sus afiliados, estos planes no llegarán al beneficiario.

Por otra parte, las AFP les corresponden por misión dirigir un fondo de pensiones y conceder a sus usuarios las prestaciones que instaura la Ley. Reciben sus ingresos de las comisiones que pagan sus incorporados. Este sistema fue creado para proteger a la población colombiana cuando estén expuestas a las siguientes contingencias de origen común como son la vejez, la invalidez y la muerte, las pensiones también tiene un fondo solidario, el cual protege a las personas que no alcanzan a cotizar el valor y el tiempo exigido por norma para recibir el beneficio de las pensiones (Ley 100, 1993, art.10).

El modelo de pensiones colombiano está establecido por dos regímenes solidarios excluyentes: Régimen solidario de prima media y Régimen de ahorro individual con solidaridad. Los colombianos que sean afiliados por medio de agrupadoras a la AFP y que no cumplan con las condiciones de afiliación correcta, están expuestos a perder el derecho de los siguientes beneficios: “derecho al reconocimiento y pago de las prestaciones y de las pensiones de invalidez, de vejez y de sobrevivientes” (Ley 100, 1993, art.13).

Colombia ha diseñado distintos mecanismos para el proceso de afiliación al SGSS por parte de la población; sin embargo, algunas organizaciones denominadas agrupadoras se han lucrado de la falta de mecanismos de control que se tiene frente a los tiempos de vinculación, puesto que a través de sus servicios de afiliación vinculan de forma irregular a los trabajadores independientes al SGSS.

Muchas de estas organizaciones que no cuentan con autorización del Ministerio de Salud y Protección Social ofrecen a los trabajadores independientes la posibilidad de afiliarse a salud, pensión y riesgos profesionales a un costo muy por debajo de un pago normal; las agrupadoras no definen una actividad real desarrollada por el trabajador. Además, se ha evidenciado que las organizaciones titulares que realizan los pagos no existen en la actualidad y además están liquidadas o inactivas en el registro mercantil.

Gran parte de los trabajadores independientes en Colombia utilizan organizaciones agrupadoras para cotizar al SGSS, ellos depositan su confianza en que las agrupadoras se encuentren legalmente constituidas; sin embargo, actualmente sólo existen 16 legalmente constituidas (Ministerio de Salud, 2016) y aprobadas por el Ministerio de Salud y Protección Social y en Nueva EPS se han identificado 338 presuntas agremiaciones con pagos irregulares, con aportes de un día al mes durante varios periodos.

Rodríguez (2005) identificó que “una de las dificultades del SGSSS es la evasión y la elución, el 19,2% de los trabajadores particulares están excluidos del aseguramiento” (p. 210). La exclusión que realiza el mismo sistema a los trabajadores particulares o independientes facilita la captación de personas por parte de las agrupadoras ilegales.

Aunque en la última década, atendiendo al crecimiento significativo que ha tenido la economía informal y la vinculación bajo la modalidad de prestación de servicios, el país ha desarrollado normatividad complementaria para facilitar la afiliación de los trabajadores independientes al SGSS, aún los mecanismos de control no son lo suficientemente rigurosos para controlar la creación y propagación de estas organizaciones agrupadoras.

Al realizar el inventario de causas de esta problemática de vinculación irregular al SGSS, se encuentra: Vacío de la normatividad en la vinculación al SGSS, carencia de divulgación de afiliación correcta al SGSS, ineficiencia de controles por parte de los actores del SGSS, bajo nivel de incremento de empleos formales y deficiencia en los ingresos del trabajador independiente en relación con los aportes que se deben realizar al SGSS. Además, de acuerdo con lo expuesto por Gañán (2017), el entramado de entidades del sistema de salud, la dispersión geográfica de los actores y la falta de estructuras de inspección, vigilancia y control limitan la eficiencia de los mecanismos de control del sistema.

En este sentido, el proyecto de investigación buscó caracterizar la población que se vincula de forma irregular al sistema general de seguridad social afiliada a NUEVA EPS, con el fin de sensibilizar sobre la vinculación de manera correcta a los afiliados por medio de comunicación audio visual y de esta manera poder contribuir en la resolución de una de las causas de esta problemática.

Marco Teórico

Las comunidades encuentran en la seguridad social una respuesta a la protección de sus familias, garantizando mejores condiciones de vida, salud y trabajo; esto genera al estado más progreso y mayor bienestar para todos (Bowen, 1992).

Los gobiernos proporcionan por medio de la seguridad social a las comunidades la protección a sus familias, mediante una serie de políticas públicas, para eliminar las carencias económicas y sociales. De esta manera, se puede brindar servicios de salud, riesgos laborales y pensiones a las personas ante la presencia de enfermedades de origen común, licencias de maternidad o paternidad, accidentes de trabajo, enfermedades laborales, desempleo, discapacidad, vejez o muerte (OIT, 2001).

En otras palabras, la seguridad social es un mecanismo que han usado los Estados para proteger a su sociedad sin afectar la productividad. Es por ello, que se debe fortalecer las políticas públicas y la reglamentación de los países asociada a la seguridad social.

En Colombia, la seguridad social data desde la alocución emitida por el Libertador Simón Bolívar en su posesión de gobierno, en la cual se indica que “el sistema de gobierno más perfecto es aquel que produce mayor suma de felicidad posible, mayor suma de seguridad social y mayor suma de estabilidad política” (Lynch, 2006, p. 50). Además, se generó un avance significativo a partir de la Ley 100 de 1993, dado que a través de su expedición se creó el sistema de seguridad social integral colombiano. Este sistema cuenta con cuatro componentes a saber: sistema general de seguridad social en salud, sistema general de riesgos profesionales (denominación modificada a riesgos laborales a partir de la Ley 1562 de 2012), sistema de pensiones y servicios sociales complementarios.

La Corte Constitucional colombiana, a través de la Sentencia C-834 de 2007, indica que la seguridad social en Colombia tiene doble connotación por un lado se trata de un derecho irrenunciable de todas las personas y, por otro lado, es un servicio público, de carácter obligatorio que pueden prestar entidades públicas y privadas sujeto a exigencias legales y a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad (Barona, 2017).

Además, a partir de la Ley 1751 de 2015, Ley Estatutaria de Salud, en Colombia el derecho a la salud, desde el punto de vista de derechos humanos, pasa de ser considerado un servicio público esencial a un derecho fundamental autónomo tanto en lo individual como en lo colectivo (Gañán, 2017).

Particularmente, el modelo de salud colombiano en el año 2000 logró estar en el puesto número 22 de 191 países, conforme al estudio realizado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), destacándolo como el mejor país en seguridad social en salud en Latinoamérica Organización Mundial de la Salud (OMS, 2000).

Este sistema de salud fue establecido con los principios de universalidad, solidaridad, igualdad, obligatoriedad, prevalencia de derechos, enfoque diferencial, equidad, calidad, eficiencia, participación social, progresividad, libre escogencia, sostenibilidad, transparencia, descentralización administrativa, complementariedad, concurrencia,

corresponsabilidad, prevención y continuidad. Durante los 24 años que lleva este modelo de salud en Colombia ha presentado reformas las cuales ha complementado los principios del sector sin modificar las bases de este modelo que es cubrir a la población vulnerable o con menos ingresos y que no tiene vinculación laboral formal. El sistema se caracteriza porque los trabajadores colombianos subsidian a los pobres y los sanos a los enfermos. Este sistema también brinda a las EPS (Entidad Promotora de Salud) un derecho a la libre competencia para atraer a sus afiliados.

La Estructura de financiamiento del método de salud colombiano es reconocido por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como uno de los más humanitarios de la tierra (Ministerio de Salud y Protección Social, 2012). Este se financia esencialmente con rentas fiscales y parafiscales. Los ingresos fiscales proceden de tres fuentes de financiación las cuales son: Sistema General de Participaciones (SGP), Presupuesto General de la Nación (PGN) y el esfuerzo propio con situación de fondos de los Departamentos o Municipios según su responsabilidad de pago. Las rentas parafiscales, que son gestionadas por la Administradora de los Recursos del Sistema General de Seguridad Social en Salud ADRES, emanan de los pagos realizados por la población afiliada al régimen contributivo (Ley 1753, 2015, art.66).

En relación con el sistema general de pensiones, Colombia cuenta con dos regímenes pensionales contributivos a saber: prima media con prestación definida y el régimen de ahorro individual con solidaridad. En estos dos regímenes se contemplan tres tipos de pensiones: vejez (cuya edad de jubilación para las mujeres es 57 y para hombres 62), invalidez (correspondiente a la pérdida de la capacidad laboral de más del 50% por enfermedad o por accidente de tipo común) y de sobrevivientes (muerte del afiliado y se otorgará a sus beneficiarios -conyugue o hijos menores de edad-) (Farné, Rodríguez y Ríos, 2017). Para efecto de la cotización los trabajadores independientes podrán vincularse a los AFP (fondos privados) o a Colpensiones (fondo público).

En cuanto al sistema general de riesgos laborales, este fue modificado en el 2012 con la Ley 1562 en la que se estableció que todos los trabajadores independientes debían afiliarse al sistema y cotizar a las ARL de acuerdo con su nivel de riesgo asociado a la actividad laboral como requisito para la prestación de sus servicios.

Por otra parte, en Colombia se creó la Unidad de Gestión de Pensional y Parafiscales (UGPP), fue diseñada para recibir las denuncias cuando un empleador o un trabajador independiente no está efectuando el pago de aportes al Sistema de la Protección Social (Salud, Pensión, Riesgos Profesionales, Subsidio Familiar, SENA e ICBF) (Ley 1151, 2007, art.156). En este sentido, existe el mecanismo para la denuncia de las organizaciones que prestan servicios de afiliación irregular al SGSS.

La Nueva EPS es una sociedad anónima con carácter mixto, que comenzó operaciones el 1 de agosto de 2008, con los usuarios del Instituto de Seguro Social (ISS), que fueron cedidos a la organización. Después de nueve años de trabajo en la prestación de los servicios de salud, ha obtenido nuevos usuarios logrando ser una de las EPS más grandes del país y la primera en cobertura al tener presencia en más 1.111 municipios. Actualmente la Nueva EPS ofrece al mercado afiliaciones al régimen Contributivo, Subsidiado y Plan Complementario.

Nueva EPS hace parte del sector salud de Colombia. Esta EPS se ha caracterizado por ser una de las más grandes del país con más de 4 millones de afiliados en los regímenes Contributivo, Subsidiado y Plan Complementario. De acuerdo con el cierre de la Base Única de Afiliados (BDUA) del 31 de agosto de 2017, publicada por Administradora de los Recursos del Sistema General de Seguridad Social en Salud (ADRES, 2017).

La Nueva EPS, se diferencia por trabajar firmemente por mejorar y proteger la salud de los afiliados, esto en procura de mejorar la calidad de vida, fundamentados en métodos integrales de cuidado del riesgo, funcionarios comprometidos y procesos que afirmen la sustentabilidad en el tiempo, generando valor agregado a sus grupos de interés. Por lo anterior, según el Ministerio de Salud y Protección Social (MinSalud, 2017) en el ranking de satisfacción EPS 2017, Nueva EPS ocupó el cuarto (4) puesto entre 13 EPS del régimen Contributivo, en este ranking se miden las dimensiones de oportunidad, satisfacción y acceso (p.13).

En relación con las características de la afiliación al SGSS, en la actualidad en Colombia se efectúa a través de una planilla integrada de liquidación de aportes (PILA) que incluye la

cotización al SGSS y parafiscales. Para el caso de los trabajadores independientes el ingreso base de cotización para el cálculo de los aportes se efectúa sobre el 40% del valor a devengar.

Cabe señalar que, el ingreso base de cotización mínimo sobre el cual se debe cotizar corresponde al de un salario mínimo legal mensual vigente (para el año 2018 corresponde a 781.242 ó 276 dólares de acuerdo con la tasa de cambio vigente para el 11 de enero de 2018). Sobre el 40% se calcula el 12.5% para salud y el 16% para el sistema de pensiones.

En relación con la cotización a las ARL el porcentaje a cotizar depende el nivel de riesgo asociado a la actividad a desarrollar. A continuación, se relacionan las tasas de cotización por cada clase de riesgo (SURA, 2018):

Clase de riesgo I: 0,522%

Clase de riesgo II: 1.044%

Clase de riesgo III: 2.436%

Clase de riesgo IV: 4.350%

Clase de riesgo V: 6.960%

En cuanto a la cotización a las cajas de compensación familiar dependerá de la categoría de afiliación, de acuerdo con la siguiente clasificación (Compensar, 2018, p1):

Categoría A: Identifica a los trabajadores y su grupo familiar cuyo salario básico no superó los dos (2) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Categoría B: En esta categoría están los trabajadores y su grupo familiar cuyo salario básico esté entre (2) y cuatro (4) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Categoría C: Identifica a los trabajadores y su grupo familiar cuyo salario básico supere los (4) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Categoría D: En esta categoría están los trabajadores y su grupo familiar particulares no afiliados a la Caja.

La afiliación de trabajadores independientes podrá efectuarse de forma individual o colectiva. La afiliación colectiva se realiza a través de 16 asociaciones o agremiaciones autorizadas por el Ministerio de Salud y 193 comunidades religiosas (Ministerio de Salud, 2017).

Metodología

Este proyecto de investigación corresponde a un estudio descriptivo transversal, puesto que se buscó caracterizar la población de trabajadores que presentan vinculación irregular al SGSS, evidenciada a través de pagos parciales durante el 2017, y que actualmente se encuentran afiliados a NUEVA EPS; con base en estos hallazgos se crearon estrategias de sensibilización dirigida a la comunidad afiliada a la EPS y a su núcleo familiar.

Para ello, con la ayuda del área de recaudo y compensación de NUEVA EPS se identificaron, en primer lugar, las organizaciones agrupadoras y a la vez se detectaron el número de afiliados, el número de pagos y los aportes mensuales para el mismo cotizante, las novedades de ingreso y retiro y el número de días cotizados.

Asimismo, a partir de la revisión de la reglamentación vigente en el SGSS se identificaron los riesgos y consecuencias de cotizar por medio de entidades agrupadoras que no se encuentren autorizadas y reglamentadas por el Ministerio de Salud y Protección Social, aspecto que permitió listar los beneficios que pierden los trabajadores independientes cuando no se afilian de forma adecuada al sistema.

Finalmente, con base en los resultados de la caracterización se definieron las estrategias de sensibilización dirigida a la población independiente que se encuentra afiliada a Nueva EPS sobre el uso adecuado de la afiliación al SGSS. Al respecto, se creó un comunicado de prensa y un video socializado en las oficinas de atención al usuario de Nueva EPS. Esta

información fue difundida a través de medios audiovisuales en las instalaciones de Nueva EPS (Oficinas de Atención al Usuario), en televisión y en prensa con cobertura nacional.

Variables y su operacionalización. El estudio consideró las variables descritas en la siguiente tabla:

Tabla 1. Variables de estudio

Variable	Indicador
Sociodemográficas	Departamento Ciudad Zona geográfica Género
Tipo de cotización	Independiente individual Independiente con vinculación colectiva o por agrupadora
Actividad económica/tipo de aportantes	Agricultura Asociaciones Transporte/ conductores Servicios eléctricos Ingeniería Logística Obras Servicios Otros
Número de días cotizados	Mes completo Por días
Empresa agrupadora	Datos de contacto NO conoce la empresa NO trabaja con ellos Pensionado contratista
Pagos irregulares	organizaciones Cotizantes Periodos

Fuente: Autores (2017).

Guion de entrevista telefónica. Los afiliados fueron contactados por vía telefónica. La entrevista efectuada con ayuda del *call center* se realizó a los cotizantes independientes de acuerdo con la estructura definida en la siguiente tabla:

Tabla 2. Guía contacto entrevista telefónica a cotizantes independientes.

1	Funcionario *Call Center* saludo	Buenos días, (tardes) habla con xxxxx, por favor me puede Indicar su número de documento	Consulta en BD para identificación del aportante	Siga al Paso 1.1
1.1		Usted como aportante está realizando pagos continuos a la nueva EPS por algunos cotizantes pago parcial 1 día, es posible que nos haga llegar su cama y comercio al correo	Diligenciar campo en excel	Siga al Paso 1.2
1.2		¿Cómo realizó usted la afiliación?	Diligenciar campo en excel	Siga al Paso 1.3
1.3		¿Cuánto paga o cuánto le descuentan por el servicio de salud	Diligenciar campo en excel	Siga al Paso 1.4
1.4		¿Tiene el Nombre, teléfono o tarjeta de la persona a quien le realizó el pago?	Diligenciar campo en excel	Siga al Paso 1.5
1.5		¿Usted conoce las instalaciones de la empresa?	Diligenciar campo en excel	Siga al Paso 1.6
1.6		Si la respuesta es sí, me puede brindar la	Diligenciar campo en	Siga al

		dirección y teléfono.	excel	Paso 1.7
1.7		¿Qué tipo de contrato tiene con la empresa?	Diligenciar campo en excel	Siga al Paso 1.8
1.8		Estamos evidenciando que su trabajo es por 1 día al mes y su comportamiento viene así desde el periodo xx. ¿Hace cuánto está vinculado con la empresa?	Diligenciar campo en excel	Siga al Paso 1.9
1.9	Cierre llamada	De acuerdo con su información, detectamos que su empresa es una agrupadora que no está constituida legalmente. ¿Desea que le envíe a su correo electrónico la información?	Confirmar y escribir correo	Fin

Fuente: Autores (2017).

Métodos para el procesamiento de los datos. La información recopilada a través de la base de datos de NUEVA EPS fue procesada a través de Excel usando filtros de acuerdo con las variables analizadas. En cuanto a la información capturada a través de la entrevista telefónica, fue categorizada de acuerdo con las variables y convertida en variables cuantitativas categorías para posteriormente ser procesada por medio de estadística descriptiva.

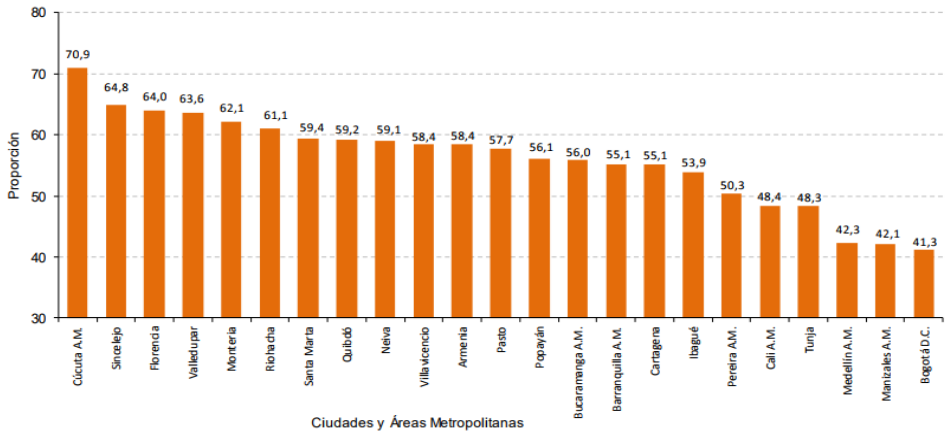
Resultados

En este apartado se presentan los resultados del proyecto de acuerdo con los objetivos específicos planteados. En la primera parte se describe la caracterización de la población a la cual se dirigió la campaña de persuasión sobre la vinculación al SGSS. En la segunda parte se muestra la estrategia de sensibilización dirigida a la población independiente que se encuentra afiliada a Nueva EPS sobre el uso adecuado de la afiliación al SGSS. Y finalmente, se detallan los resultados de la difusión de la campaña en la población objeto.

Caracterización de la población

Según el DANE, del año 2016 al 2017 subió en 23 ciudades la informalidad pasó de 48.8% a 49.4% respectivamente. La siguiente figura muestra la proporción de la población ocupada informal según 23 ciudades y áreas metropolitanas Trimestre mayo - julio 2017, siendo ésta la fuente de la población vulnerable de caer en la mala práctica ofrecida por las agrupadoras sin autorización.

Figura 1. Caracterización de la población



Fuente: DANE – GEIH

En la figura 1 se aprecia un porcentaje muy alto de población a afiliarse al sistema de seguridad social con los modelos que ofrecen estas agrupadoras en los postes y publicidad

engañosa. Cabe precisar que, estas organizaciones ofrecen a la población la afiliación al SGSS, por un valor muy bajo al real.

En el estudio para poder identificar las organizaciones que generan afiliación de manera irregular se tomaron 901 cotizantes dependientes que tiene un comportamiento irregular en el pago, quienes presentan novedad de ingreso o retiro, pago de solo 1 día en tres de los últimos 6 meses pagados. Estos 901 cotizantes fueron agrupados por empresa lo que arrojó un total de 338 organizaciones. De esta muestra seleccionada se excluyeron los aportantes con actividades económicas "temporales" ya que esta práctica es común y no existen criterios que permitan determinar mala práctica común en su actividad.

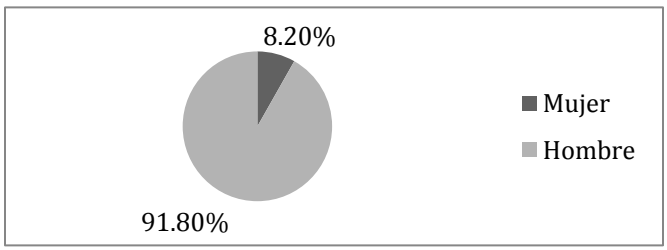
Tabla 3. Identificación de pagos irregulares.

Pagos Irregulares en Nueva EPS	
ORGANIZACIONES	338
Cotizantes	901
Periodos	7.848

Fuente: Autores (2017)

Distribución según Género. Se aprecia que solo 73 cotizantes son mujeres y 828 cotizantes son hombres. En este sentido las mujeres representan el 8.2% del total de la muestra.

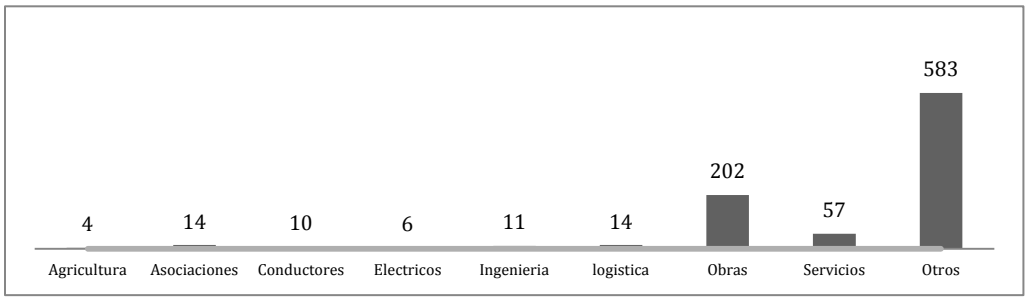
Figura 2. Distribución según género



Fuente: Autores (2017)

Otra característica de los aportantes es la participación según su actividad económica y razón social. Al respecto, se encontró que mayoría de cotizantes reportan actividades económicas clasificadas como obras y servicios; los demás están distribuidos en actividades económicas de algunos sectores específicos y otros se refieren a diferentes actividades económicas.

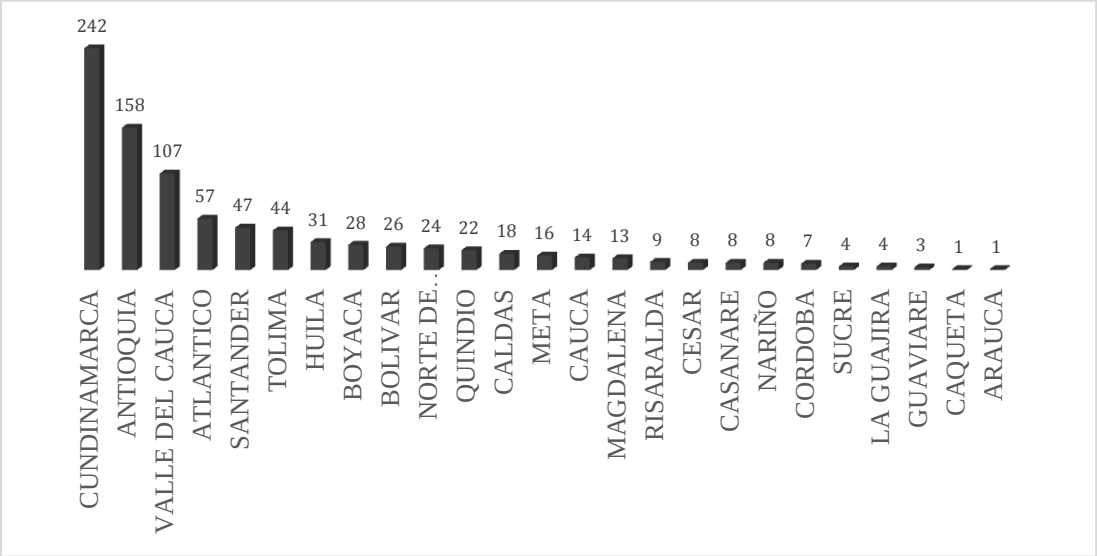
Figura 3. Tipos de aportantes



Fuente: Autores (2017)

Al tomar la distribución de los cotizantes por departamento, se evidenció mayor participación de Cundinamarca, Antioquia y Valle del Cauca.

Figura 4. Aportantes por Departamento

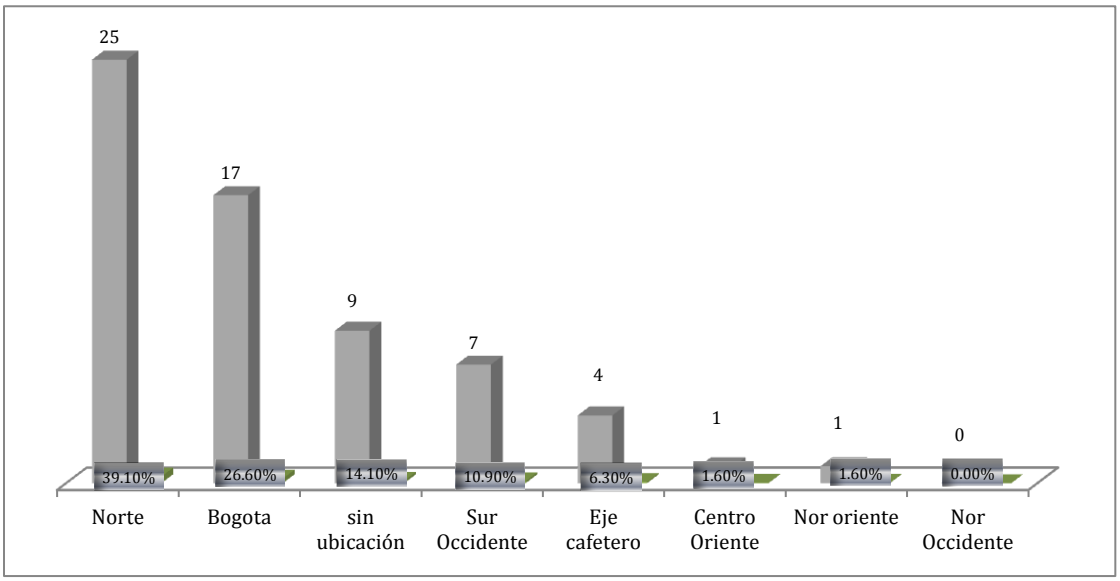


Fuente: Autores (2017)

Una vez validada la información y aportes reportados inicial evidencian 901 cotizantes con aportes irregulares al SGSS, con 7.848 pagos de presuntos independientes agremiados vinculados por medio de estas organizaciones a NUEVA EPS.

En el estudio realizado para detectar la mala práctica de afiliación de los aportantes, se tomó como muestra 64 organizaciones y 221 cotizantes, quienes reportaban pagos irregulares efectuados mes a mes por un solo día de cotización, con novedad de ingreso y novedad retiro para los periodos de 2016 y 2017. Se encontró que la mayor concentración de organizaciones con pagos irregulares está situada en la parte norte del país.

Figura 5. Primer muestra pagos irregulares



Fuente: Autores (2017)

Dentro de los datos obtenidos se analizaron 1.480 periodos cotizados de manera irregular dentro de los afiliados a NUEVA EPS:

Tabla 4. Cotizaciones irregulares por regionales

Regional	Aportantes	Participación Aportantes	Cotizantes	Participación Cotizantes	Total Periodos
Norte	25	39%	103	47%	710
Bogota	17	27%	64	29%	430
Sin ubicación	9	14%	16	7%	101
Sur Occidente	7	11%	18	8%	116
Eje cafetero	4	6%	17	8%	103
Centro Oriente	1	2%	2	1%	13
Nor oriente	1	2%	1	1%	7
Nor Occidente	0	0%	0	0%	0
total	64	100%	221	100%	1480

Fuente: Autores (2017)

Para la muestra de 221 cotizantes, 64 aportantes y 1.480 periodos cotizados, se procedió a establecer por medio del *call center* contacto telefónico con los cotizantes bajo la administración de estas entidades, con el fin de determinar su ocupación, tipo de contrato e información, lo que contribuyó a determinar si el aportante corresponde a una agrupadora dedicada a realizar vinculaciones de manera irregular.

En un segundo filtro se extrajo una muestra de 205 cotizantes a esta muestra se realizaron llamadas telefónicas con el objetivo de informar al cotizante los pagos realizados e indagar las causas del comportamiento de los mismos, en la cual se encontraron resultados similares a saber:

Se logró contactar el 47% de los cotizantes. De los 97 cotizantes contactados se pudo establecer que 71 cotizantes, realizaron pagos por 30 días todos los meses, lo que es inconsistente con los pagos recibidos por pila los cuales reportan un día cotizado.

De los 97 cotizantes contactados se pudo establecer que 10 cotizantes no conocen el empleador el cual está realizando los pagos en planilla integrada pila.

De los 97 cotizantes contactados se pudo establecer que 8 cotizantes informaron que su pago es resultado de su actividad laboral la cual es (pensionado o contratista).

Solo 8 cotizantes aclaran que sus pagos parciales corresponden a su labor la cual es realizada por días, lo cual está enmarcado en la normatividad vigente.

Tabla 5. Resultados de contacto telefónico

	Resultado de la Gestión	Total	
Resultado según objeto	Paga mes completo	71	
	NO trabaja con ellos no conoce la empresa	10	
	Pensionado contratista	8	
	Trabaja por días	8	
	contacto con el cotizante	**97**	**47%**
	No contacto	108	53%
	Total insumo	**205**	**100%**

Fuente: Autores (2017)

De 97 llamadas efectuadas, se logró contactar 71 cotizantes, quienes indican que trabajaron 30 días y en su pago solo aparece 1 día de cotización. Este proceso de comunicación el cotizante generó una reacción esperada de inconformidad con el aportante (o agrupadora) ya que se evidencia que hay elusión de pagos al SGSS.

De los 205 cotizantes identificados no se logró contactar el 53% de los cotizantes. Sin embargo, se espera que a través de las estrategias de sensibilización definidos en el proyecto hayan podido conocer la información relacionada con esta modalidad de vinculación irregular y las consecuencias negativas que conlleva para el cotizante.

Resultados de la difusión de la campaña

El 29 de agosto de 2017, se elevó por parte del grupo investigador con respaldo de la Gerencia de Recaudo y Compensación al área de comunicaciones de NUEVA EPS, el requerimiento que buscaba lanzar la campaña sobre afiliaciones fraudulentas al SGSS. Al respecto, se obtuvo respuesta positiva por parte del área de Comunicación Corporativas de NUEVA EPS, la cual envió el comunicado de prensa (Ver figura 6) que se divulgaría en los diferentes medios de comunicación con los datos e información suministrada por el grupo integrador.

Figura 6. Comunicado de prensa basado en los resultados de la investigación

COMUNICADO DE PRENSA

GERENCIA DE COMUNICACIONES Y ASUNTOS CORPORATIVOS

nueva eps

gente cuidando gente

- **901 cotizantes de 338 empresas, presentaron irregularidades en sus aportes al Sistema General de Seguridad Social en Salud, los cuales fueron evidenciados en un estudio realizado por NUEVA EPS, para los periodos de enero a junio de 2017.**
- **Dentro de los hallazgos se corroboraron casos en los cuales, el empleado cotizó por un mes $116.000, mientras las agrupadoras pagaron $12.000 por solo un día de salud, pensión y riesgos, generaron el retiro y obtuvieron una ganancia de $102.000 pesos.**
- **NUEVA EPS da a conocer aquellos tips que le permitirán garantizar la afiliación efectiva a los servicios de salud y pensión, y evitar así ser estafado.**

Cuidado, usted puede ser víctima de un fraude de afiliación en salud

País - Si usted es uno de los millones de trabajadores independientes que labora en Colombia, y utiliza una de las denominadas agrupadoras para realizar el pago de su seguridad social (salud, pensión y riesgos laborales), tenga cuidado, puede estar siendo víctima de un fraude en su afiliación.

Un estudio realizado por la Gerencia de Recaudo y Compensación de NUEVA EPS, permitió detectar que en su gran mayoría, las afiliaciones que están realizando este tipo de empresas que ofrecen sus servicios en avisos de postes y calles, son fraudulentas, pues no están constituidas legalmente, y por lo tanto los pagos de seguridad que realizan van en contravía de la protección que buscan los usuarios, al momento de realizar una afiliación.

De acuerdo con Nestor Arenas, Vicepresidente de Operaciones de la Compañía, lo más preocupante radica en *"El riesgo que se extiende a las familias, pues dichas intermediadoras generan a los trabajadores y su núcleo la confianza de estar cubiertos en salud, pensión, riesgos laborales e incluso caja de compensación; cuando en realidad no lo están, ya que o no transfieren la totalidad de los recursos a cada una de las entidades, o generan una afiliación con condiciones distintas a las ofrecidas, por solo uno o dos días".*

Cotización por días

Los trabajadores independientes que cotizan al Sistema, regularmente lo hacen con base en el salario mínimo, que para el 2017 se estableció en $737.717. En cifras normales, si un independiente quiere cotizar a salud debe pagar el 12.5%, es decir $92.200, en pensión el 16%, $118.000; y si adicional el trabajador paga riesgos laborales y caja de compensación son $3.900 y $4.400 respectivamente, para un total de $218.500.

Sin embargo, en avisos identificados en diferentes lugares, garantizan afiliaciones desde los $69.000 pesos. Entonces; ¿cuál es el negocio? La Gerencia de Recaudo y Compensación de NUEVA EPS se dio a la tarea de validar 7.848 pagos de 901 cotizantes, agremiados por medio de 338 empresas intermediadoras en pagos de Seguridad Social.

COMUNICADO DE PRENSA

GERENCIA DE COMUNICACIONES Y ASUNTOS CORPORATIVOS

nueva eps
gente cuidando gente

"Evidenciamos casos en los cuales, aunque al empleado le cobran $116.000 por un mes de cotización, las agrupadoras pagan un día de salud, pensión y riesgos que suman cerca de $12.000 pesos; al día siguiente generan el retiro y se quedan con $102.000." informó el Vicepresidente Arenas.

"Es decir que cuando el afiliado supone que tiene una protección de 30 días que le da cobertura de urgencias en el primer mes, y consultas médicas generales y con especialistas en el siguiente, en realidad no tiene protección en salud, ni cotiza a pensión, ni tiene riesgos laborales".

Resultados

En un primer filtro se tomó como muestra, 64 empresas y 221 independientes que cotizaron 1.480 periodos, en los cuales se reportaban pagos irregulares efectuados por un solo día del mes, con novedad de ingreso y novedad retiro para los periodos de enero a junio de 2017.

"En dicha muestra, procedimos a establecer contacto telefónico con los cotizantes que eran administrados por esas entidades, con el fin de determinar su ocupación, tipo de contrato, e información que nos ayudará a determinar si la agrupadora que intermediaba en el pago, estaba dedicada a realizar vinculaciones de manera irregular, encontrando que muchas eran empresas fantasmas, con datos errados." Resaltó el funcionario.

En un segundo filtro se tomó una muestra de 205 cotizantes, a los cuales se contactó de manera telefónica para indagar frente a los pagos realizados y el comportamiento irregular de los mismos (pagos por un solo día), donde se obtuvieron los siguientes resultados:

- Tan solo el 47% de los cotizantes de la muestra tenían datos reales, logrando el contacto con 97 afiliados.
- De los 97, se pudo establecer que 71 cotizantes habían realizado pagos por 30 días todos los meses, identificando inconsistencia con los pagos realizados, los cuales reportaron pagos por un solo día cotizado.
- Solo 8 cotizantes manifestaron que sus pagos parciales, correspondían a la labor desempeñada, la cual era realizada por días.
- 10 de los contactados, no conocían al empleador que realizaba los pagos.

Se puede hacer legal

El tema que es vigilado de cerca por los respectivos entes, ya ha sido alertado en diferentes ocasiones por el Ministerio de Salud. De hecho en su página web tiene publicado un listado de 16 agremiaciones o asociaciones legales, a través de la cuales las personas pueden realizar afiliaciones colectivas.

COMUNICADO DE PRENSA

GERENCIA DE COMUNICACIONES Y ASUNTOS CORPORATIVOS

nueva eps
gente cuidando gente

Aquellos trabajadores que quieran hacer su vinculación al Sistema de Seguridad Social de manera agrupada, lo pueden hacer a través de las 16 agremiaciones o asociaciones autorizadas por el Ministerio de Salud, consultando en el siguiente enlace: https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Regimencontributivo/Paginas/Afiliaciones-colectivas.aspx

Fuente: NUEVA EPS (2017).

Los resultados de la investigación realizada gracias al apoyo de la Gerencia de Recaudo y Compensación de NUEVA EPS y el acompañamiento que se recibió por parte de docentes de la universidad UNIAGUSTINIANA, fueron publicados a través de medios de comunicación de distintas ciudades y/o municipios como Bogotá, Huila, Bucaramanga, Ibagué, Valledupar, Barranquilla, Manizales, Cartagena y Córdoba.

Los resultados de la investigación fueron divulgados a través de distintos medios de comunicación locales y nacionales, entre ellos, televisión (noticiero con alta audiencia), radio y prensa (a través de 17 periódicos de distintas regiones ciudades del país).

Televisión: Noticias Caracol[2].
Radio: Todelar[3], Rimixradio[4].

Prensa: El Colombiano[5], Mi Putumayo[6], HBS Noticias de Bogotá[7], Diario del Cauca[8], Extra, El Nuevo Día[9], RPT Noticias de Valledupar[10], Notidia, Extranoticias, Eje21[11], El Heraldo[12], Extra[13], Q Hubo[14], La Verdad – El Diario de Cartagena[15], El Meridiano– El Diario de Córdoba[16], De la Realidad– Diario de Manizales -[17], Vea Pues Quindío[18], El Quindiano[19], NotiDía – Información veraz y oportuna[20], H13H – Hora 13 Noticias -[21].

Desplegar esta información entre los afiliados de la Nueva EPS, no solo beneficia al cotizante sino también a su núcleo familiar, pues al realizar una correcta a filiación a la EPS garantiza la cobertura en salud a todo su grupo familiar. Al presentar una adecuada afiliación a la ARL, el afilado y su grupo familiar tiene derecho las siguientes prestaciones económicas: Subsidio por incapacidad temporal, Indemnización por incapacidad permanente parcial, Pensión de Invalidez, Pensión de sobrevivientes y Auxilio funerario, en

[2] https://noticias.caracoltv.com/economia/ojo-con-EMPRESAS-que-ofrecen-afiliacion-seguridad-social-por-menos-plata-podrian-estafarlo.
[3] http://www.todelar.com/cuidado-usted-puede-ser-victima-de-un-fraude-de-afiliacion-en-salud/
[4] http://rimixradio.com/2017/09/19/el-fraude-de-la-seguridad-social-para-independientes-a-precio-de-huevo/
[5] http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:VXS9X4V7_I0J:www.elcolombiano.com/colombia/salud/fraudes-de-empresas-intermediadoras-en-salud-y-pension-para-independientes-EB7333341+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=co
[6] http://miputumayo.com.co/2017/09/19/el-fraude-de-la-seguridad-social-para-independientes-a-precio-de-huevo/
[7] http://hsbnoticias.com/noticias/nacional/este-alerta-no-sea-victima-de-un-fraude-de-afiliacion-en-sal-349454
[8] http://diariodelcauca.com.co/noticias/nacional/este-alerta-no-sea-victima-de-un-fraude-de-afiliacion-en-sal-349454
[9] http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/actualidad/economica/403592-cuidado-con-las-afiliaciones-en-salud-usted-puede-ser-victima-de-un-frau
[10] http://www.rptnoticias.com/2017/09/19/puede-ser-victima-de-un-fraude-de-afiliacion-en-salud/
[11] http://www.eje21.com.co/2017/09/cuidado-usted-puede-ser-victima-de-un-fraude-de-afiliacion-en-salud/
[12] http://www.siglodata.co/reportes/rpt037/septiembre/20170924HR004NM.pdf
[13] http://bucaramanga.extra.com.co/noticias/nacional/este-alerta-no-sea-victima-de-un-fraude-de-afiliacion-en-sal-349454, http://huila.extra.com.co/noticias/nacional/este-alerta-no-sea-victima-de-un-fraude-de-afiliacion-en-sal-349454
[14] http://colombia.mmi-e.com/portal/tmp/zona_5/pdf/201709231R009.PDF
[15] http://www.siglodata.co/reportes/rpt037/septiembre/20170922VD005NM.pdf
[16] http://elmeridiano.co/ojo-con-los-fraudes-de-afiliacion/85739
[17] http://delarealidad.com/2017/09/25/nuevaeps-denuncio-901-casos-de-irregularidades-en-afiliacion-a-salud/
[18] http://www.veapuesquindio.com/noticia/nueva-eps-alerto-sobre-fraudes-en-afiliaciones-en-seguridad-social
[19] http://www.elquindiano.com/noticia/202/crecen-fraudes-de-afiliacion-en-salud
[20] http://www.notidia.co/2017/09/19/cuidado-usted-puede-ser-victima-de-un-fraude-de-afiliacion-en-salud/
[21] https://h13n.com/la-nueva-eps-advirtio-el-fraude-que-representan-las-falsas-agrupadoras-que-ofrecen-afiliaciones-a-seguridad-social-a-bajo-costo/

cuanto al estar afilado correctamente a la administradora de Fondo de Pensiones AFP, el afilado puedes solicitar la Pensión de Vejez, Pensión de Invalidez y su grupo familiar Pensión de Sobrevivencia.

Los beneficios para la empresa al desarrollar este tipo de divulgación de información es garantizar que los afiliados a la Nueva EPS, tomen conciencia de cómo están realizando su afiliación a la EPS y a qué riesgos están expuestos si no la realizan de una forma adecuada, operativamente la empresa reduce costos de operación si estas agrupadoras fraudulentas dejan de realizar afiliaciones en Nueva EPS e incrementa los ingresos si estos cotizantes realizan la afiliación y el pago directamente a la EPS sin utilizar intermediarios.

Finalmente, este proyecto permite que la población este capacitada y atenta para denunciar las agrupadoras irregulares.

Conclusiones

Esta investigación tuvo un carácter social, puesto que el principal interés de los investigadores de la Universitaria Agustiniana y NUEVA EPS fue persuadir a la población colombiana de 1.122 municipios, a través de canales de difusión masiva como son la televisión, la radio y la prensa, acerca de los beneficios que conlleva la adecuada afiliación al SGSS y a la vez informar sobre el fraude de agrupadoras no autorizadas para la vinculación colectiva de trabajadores independientes al sistema, las cuales captan dinero irregularmente aprovechando los vacíos de la norma del SGSS.

Se evidenció que una gran parte de los cotizantes contactados tienen el deseo e iniciativa de efectuar los aportes correspondientes al SGSS, sin embargo, la propagación de estas organizaciones no autorizadas por los entes de control y el desconocimiento de la población ocasiona la afiliación inadecuada y el pago parcial de los aportes a seguridad social de los trabajadores independientes.

La caracterización efectuada de la población, que presenta pagos irregulares o afiliación inadecuada al SGSS, permitió desarrollar una campaña directa con los afiliados que

presuntamente podían estar siendo afectados por la forma de afiliación y pago al SGSS, logrando detectar la mala práctica de algunas organizaciones, lo que despertó aún más el interés de la Nueva EPS para poder persuadir a los afiliados, al compartir el material de la investigación con área de comunicaciones de Nueva EPS. De este modo, se logró generar una comunicación masiva con alcance nacional, logrando con ello, mayor impacto y cobertura en la campaña de sensibilización.

Este proyecto de investigación se constituye en un primer ejercicio de análisis de cotizantes con vinculación irregular al SGSS, el cual da pautas para su realización en otras EPS y ARL, de tal modo que se logren identificar mecanismos para la inspección, vigilancia y control de las organizaciones que efectúan afiliaciones colectivas al SGSS de los trabajadores independientes. Asimismo, se brinda una información inicial para la creación de política pública y reglamentación asociada a la seguridad social de los trabajadores independientes y los mecanismos para su afiliación al sistema.

Por último, la investigación evidencia que solo una parte de la población es consciente de afiliarse de manera adecuada y sin intermediarios, lo que muestra la necesidad de involucrar la importancia de la seguridad social en procesos de formación de primaria, secundaria e incluso universitaria.

Bibliografía

Administradora de los Recursos del Sistema General de Seguridad Social en Salud. (2017). *Reporte Afiliados por Entidad*. Recuperado de http://www.adres.gov.co/BDUA/Estadistica-BDUA/Reporte-Afiliados-Por-Entidad

Barona, R. (2017). Protección de la seguridad social en el Sistema Interamericano de Derechos Humanos. *Páginas de Seguridad Social, 1*(1), 31-59. doi:https://doi.org/10.18601/25390406.n1.02

Bowen, A. (1992). *Introducción a la Seguridad Social*. (3ra Ed.). Chile: Jurídica de Chile.

Compensar. (2018). *Categorías de afiliación*. Recuperado de: https://www.compensar.com/categorias.aspx

Congreso de Colombia. (23 de diciembre de 1993). Ley de Seguridad Social Integral. [Ley 100 de 1993]. DO: 41.148

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2017). *Informes Especiales Mercado Laboral.* Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/comunicados_de_prensa/Cp_GEIH_may17_jul17.pdf

Farne, S., Rodríguez Guerrero, D. y Ríos Arredondo, P. (2017). Protección económica para la vejez en Colombia. *Páginas de Seguridad Social, 1*(1), 93-121. doi:https://doi.org/10.18601/25390406.n1.04

Gañán, J. (2017). Hacia un nuevo concepto de la inspección, vigilancia y control del derecho a la salud y del Sistema General de Seguridad Social en Salud en Colombia. *Páginas de Seguridad Social, 1*(1), 123-140. doi: https://doi.org/10.18601/25390406.n1.05

Holmes C. y Torres M. (2013). *Contribución de la Universidad del Rosario al debate sobre salud en Colombia*. (1ra Ed.). Colombia: Universidad del Rosario.

Lynch, J. (2006). *Simón Bolívar*. (1ra Ed.). Barcelona: Critica.

Ministerio de Salud y de la Protección Social de Colombia. (2017). *Sistema de Evaluación y Calificación de Actores: Ranking de Satisfacción EPS 2017*. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/CA/ranking-satisfaccion-eps-2017.pdf

Ministerio de Salud. (2016). *Afiliaciones al sistema de salud pueden ser individuales o colectivas.* Recuperado de: https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Afiliaciones-al-sistema-de-salud-pueden-ser-individuales-o-colectivas.aspx

Ministerio de Salud. (2017). *Afiliaciones colectivas*. Recuperado de: https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Regimencontributivo/Paginas/Afiliaciones-colectivas.aspx

Oficina Internacional del Trabajo. (2001). *Administración de la Seguridad Social*. (1ra Ed.) España: C. Solorio.

Organización Mundial de la Salud. (2000). Estrategia mundial de salud para todos en el año 2000. (1ra Ed.) Ginebra: Organización Mundial de la Salud.

Rodríguez O. (2005). *Sistemas de protección social: entre la volatilidad económica y la vulnerabilidad social*. (1ra Ed.). Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

SURA. (2018). *Autoliquidación mensual de aportes*. Recuperado de: https://www.arlsura.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1426

CONTROL INTERNO EN UNA EMPRESA PRIVADA DE SERVICIOS EN LA REGIÓN DE VALLES CENTRALES, OAXACA.

Claudia Iveth Mariano Silva

Resumen

Rodelo, Barrios (2014) y Rojano (2012) explican el importante papel que ha tenido en los últimos años el control interno dentro de una empresa de servicios y debido a la falta de investigaciones que hay y que se interesen en analizar el porcentaje de empresas que implementan normas de control interno en sus actividades comunes, por ello, se planteó en esta investigación determinar cuál es el porcentaje de empresas de servicios de la ciudad de Oaxaca que utilizan normas de control interno. El Objetivo de esta investigación fue determinar a través de la opinión de los encargados de la administración o de los propietarios de empresas de servicios al consumidor, que porcentaje de estas implementan normas de control interno. Para poder identificar y conocer acerca del término control interno se procedió a analizar el contenido de los trabajos de Estupiñán (2015, p. 25) y López (2012, p. 36), y se identificó que el control interno es la base para que la empresa cumpla con sus objetivos y metas propuestas desde su constitución. Se realizó una encuesta para así identificar qué número de empresas de servicios implementan las normas de control interno, los resultados se definen como un estudio empírico que se analiza para definir primeramente la importancia que se tiene al implementar normas de control interno en empresas de servicios y así conocer el porcentaje de empresas de servicios en el sector privado que aplican dentro de ellas este importante elemento. Los resultados mostraron opciones de giros de empresas de servicios al consumidor en la región de Valles Centrales que tienen implementadas normas de control interno para su funcionamiento, las cuáles son: (a) Cafetería; (b) Bares y (c) Restaurant, las cuales tienen conocimiento acerca de procesos administrativos y por ende la aplicación de normas de control interno para su buen funcionamiento. Los resultados permiten observar que del total de la población con la que se trabajó, menos de la mitad indica que las empresas servicios del giro Bar muestran una implementación de control interno dentro de sus actividades y operaciones comunes.

Palabras Clave: Control interno, empresa, servicios.

Planteamiento del problema. En México, existen empresas pequeñas, medianas y grandes que a pesar de las actividades y operaciones que tienen en el mercado, no optan por llevar una implementación de técnicas y procedimientos de control interno, los cuales le van a servir de guía para elaborar un plan organizacional de acuerdo con sus actividades.

En el estado de Oaxaca existen infinidad de empresas privadas, las cuales en ocasiones no incluyen en sus actividades diarias normas de control interno y no cuentan con orientación para la adecuada implementación del control interno en sus actividades rutinarias y así retroalimentar a sus trabajadores para que realicen las actividades que tienen a su cargo en el puesto que desempeñan de la mejor manera posible cumpliendo con las expectativas de la empresa.

A pesar de las condiciones en las que se encuentra el control que ejerce la administración de las empresas; existen empresas que cuentan con una pequeña implementación del control interno en sus actividades con respecto al cliente sobre todo. Por tales razones resultó importante analizar el porcentaje de empresas de servicios utilizan normas de control interno para la realización de sus actividades. Por lo que se planteó la interrogante a resolver ¿Cuál es el porcentaje de empresas privadas de servicios al consumidor en la región de Valles Centrales que utilizan normas de Control interno?

El objetivo general de esta investigación fue determinar el porcentaje de empresas privadas de servicios al consumidor en la región de Valles Centrales que utilizan normas de control interno para realizar sus actividades cotidianas.

Marco Teórico

Dentro de las múltiples formas que existen para controlar las operaciones en las empresas, está el proceso administrativo; sin embargo, hablar de la administración es muy común dentro del sector empresarial, pero para conocer y utilizar información que nos indique sobre lo que sucede en cada una de las áreas o departamentos de la organización, es

indispensable utilizar el control interno y de esa manera poder accesar de manera más detallada a la misma.

El control interno es tan importante que se equipara a una tarea de comprobación para estar seguro que todo se encuentra en orden. Lo que da como resultado, que si el control interno se interpreta y se practica de una forma ordenada y organizada, entonces existirá una interrelación positiva entre los elementos revisados, la cual vendría a constituir un sistema de control sumamente más efectivo. Cabe destacar que el sistema de control interno tiende a dar la seguridad de que se realicen las funciones que cumplan con las expectativas planeadas.

El control interno ha sido de gran interés durante los últimos años dentro de la organización de una empresa, puesto que para llevar a cabo los resultados de los objetivos de está, el control interno es la base sobre el cual descansa la confiabilidad de un sistema contable, por ejemplo; el grado de fortaleza determinará si existe una seguridad razonable de las operaciones reflejadas en los estados financieros (Rodríguez, 2011, p. 30).

En este sentido, se contribuye al logro de los objetivos propuestos, comprende un plan de organización, métodos y procedimientos para asegurar la integralidad de la información, la eficiencia operativa y el cumplimiento de regulaciones aplicables (Cárdenas, 2012, p. 24).

En el mundo empresarial, la evolución de las organizaciones es impulsada por los avances tecnológicos y la globalización de los mercados entre otros factores, lo que conlleva al incremento en el volumen de operaciones, dispersión de activos, multiplicidad de niveles jerárquicos, delegación de funciones, lo que ha significado que la gestión empresarial se oriente a establecer planes de organización y un conjunto de métodos y procedimientos que asegure la protección de sus activos, integralidad de registros contables y cumplimiento de directrices de la dirección.

En otros países latinoamericanos podemos encontrar estudios acerca del control interno en empresas de servicios, los cuales mostraron que en estas empresas se han utilizado manuales de control interno para su implementación. En Cartagena, Rodelo y Barrios (2014) realizaron un estudio que tenía como objetivo el diseño de un sistema de control

interno para implementarse en la empresa prestadora de servicios Eco turística Nativos Activos Eco Hotel La Cocotera, para satisfacer sus necesidades en cuanto a sus actividades contables y financieras; en dicho estudio se encuestó a 25 personas, se utilizó una encuesta de 15 reactivos, que evaluaba los aspectos de normas de control interno en la empresa. En el análisis de los datos fueron usadas las declaraciones de los empleados para evaluar si existía algún manual de normas de control interno dentro de la empresa. Los resultados mostraron que existen manuales de normas que llevan a la empresa a tener dentro de ella un control interno, que pueda llevarla a su objetivo principal. En el estudio se concluyó que el Control Interno es una herramienta fundamental para realizar de una forma más efectiva el objeto social y los objetivos trazados por la empresa (Rodelo, 2014, pp. 25-27).

Por otra parte, Rojano realizó un estudio en Ecuador que tuvo como objetivo conocer el efecto del control interno en la rentabilidad de la empresa "AKABADOS". Se realizó una encuesta que consistió de 12 reactivos, realizado a 30 personas tanto al personal administrativo, como a los clientes de la empresa, para poder conocer la necesidad de implementar un control interno para mejorar la rentabilidad de la empresa. Los resultados mostraron que el 100% del personal que integra la empresa "AKABADOS" considera que llevar un control interno dentro de la organización es un elemento que ayuda a tener grandes resultados dentro de la misma y sobre todo en el mercado (Rojano, 2012, p.35).

Como se puede observar en los estudios revisados y que anteceden a esta investigación, no existe una línea de investigación que aborde el estudio del control interno desde la perspectiva de mostrar un porcentaje de empresas de servicios del sector privado que ocupen normas de control interno para el desarrollo de sus actividades cotidianas.

Metodología.

Para esta investigación de corte descriptivo se tomaron en cuenta las condiciones de las empresas de servicios del estado de Oaxaca.

Definición de las variables

Para analizar el control interno de las empresas, se consideró retomar para el desarrollo del estudio como variables las siguientes: Control interno, Empresa, Servicio. Las cuales se definen a continuación.

Se ha definido al término control interno como:

"Un proceso ejecutado por el consejo de directores, la administración y personal de una entidad, diseñado para proporcionar seguridad razonable al propósito de la consecución de objetivos como: (a) Efectividad y eficiencia, y (b) Confiabilidad de la información" (López, 2012, p. 36).

La empresa se puede definir como "Un conjunto de medios humanos y materiales que se disponen a conseguir una finalidad, según un esquema determinado de relaciones y dependencias entre los diferentes elementos que la componen" (Giner, 2012, p. 40).

Se puede decir que el término servicios es definido como: "Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible y no tiene como resultado la propiedad de algo", (Kotler, 2012, p. 67).

Diseño de la entrevista.

Para la colecta de la información se diseñó una entrevista estructurada. Las preguntas fueron de opción múltiple, las cuales midieron cual es el porcentaje de empresas privadas de servicios al consumidor de los Valles Centrales, que utilizan normas de control interno. El instrumento fue retomado o elaborado de donde se validó a través de un juicio de expertos y se aplicó una prueba piloto

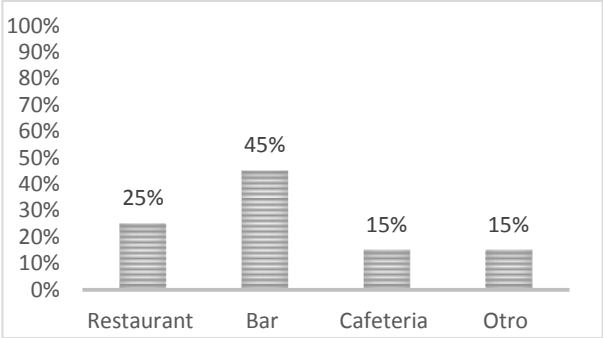
La entrevista se realizó a los encargados de la administración o a los responsables que toman decisiones en una empresa de servicios ubicada en la ciudad de Oaxaca. Los participantes fueron 20, todos ellos radican en la ciudad de Oaxaca. Se utilizó una muestra

aleatoria. Se tomaron como criterios de inclusión y exclusión los que trataron de los encargados de la administración o de los propietarios de empresas de servicios responsables de la toma de decisiones. Para la integración de la muestra se utilizó una selección aleatoria simple.

Análisis de los datos. Los datos obtenidos a partir de la aplicación de la entrevista, se analizaron mediante medidas de tendencia central (estadística descriptiva), obteniéndose los porcentajes de las respuestas más frecuentes sobre las empresas privadas de servicios al consumidor que emplean normas de control interno en la región de Valles Centrales.

Resultados

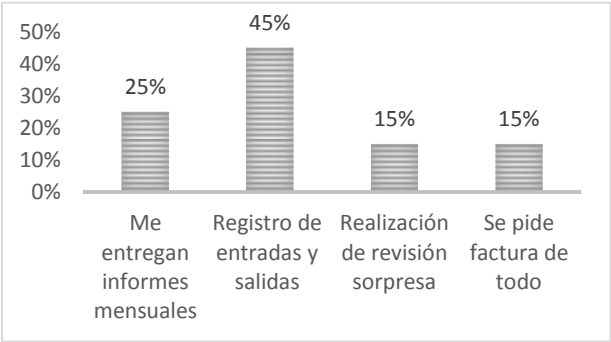
Gráfica No. 1 Tipos de empresas de servicios



Fuente: Encuesta "El control interno en empresas de servicios, en la región de los Valles Centrales" (2017)

Del universo entrevistado el 45% de las empresas son bares, el 25% restaurantes, el 15% cafetería y el restante se refiere a otros tipos de empresas.

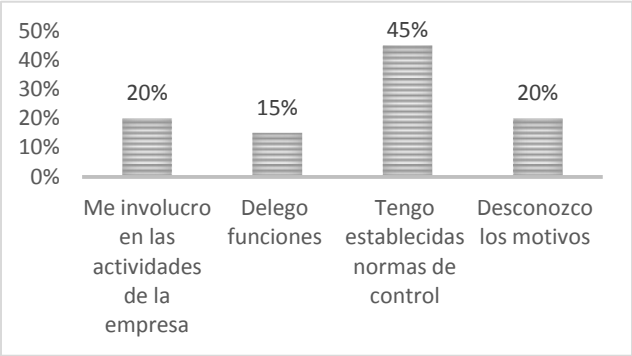
Gráfica No. 2 Formas de controlar las actividades



Fuente: Encuesta "El control interno en empresas de servicios, en la región de los Valles Centrales" (2017)

Del grupo de personas entrevistadas el 45% contestó que cree que sus operaciones están bien controladas mediante registros de entradas y salidas de los recursos; el 25% dijo que las actividades son controladas a través de informes mensuales, el otro 15% dijo que son controladas mediante revisiones sorpresas y el restante respondió que las operaciones se llevan mediante un control de facturas.

Gráfica No. 3 Mecanismos para obtener resultados en la empresa



Fuente: Encuesta "El control interno en empresas de servicios, en la región de los Valles Centrales" (2017)

De los participantes entrevistados, el 45% respondió que los resultados que se han conseguido hasta el día de hoy en su empresa se deben al establecimiento de normas de control en las operaciones y actividades; el 20% dijo que los resultados se han generado por la encomienda de funciones a las personas indicadas, el 20% contestó que se han obtenido por el interés que han mostrado en las actividades de la empresa y, el porcentaje restante dijo que desconocen los motivos de los resultados que se han llegado a generar en la empresa.

Resultados

En el estudio realizado al grupo de personas seleccionadas se puede observar que la mayoría de las empresas de servicios administradas por estas personas el 45% son del giro Bar como se puede ver en la Gráfica No. 1. Llama la atención dentro de este giro de

empresas la importancia de tener como base una estructura organizacional puesto que es determinante para poder llevar un control. Los resultados que se muestran en la Gráfica No. 2 muestran que el 45% de este giro de empresas en la ciudad de Oaxaca, llevan de forma eficaz y eficiente el control de sus operaciones o recursos, mediante entradas y salidas de las mismas, por medio de bitácoras, cédulas de ingreso y egreso, pólizas, etc.

Podemos observar que el 45% de las personas que fueron encuestadas contestaron que los resultados que hasta el día de hoy se han obtenido en la empresa es por el establecimiento e implementación de normas de control interno las cuáles han llevado a tener como punto clave para cumplir con su objetivo primordial, la visión, misión y valores que tiene la empresa desde su inicio, cómo se muestra en la Gráfica No. 3.

Conclusiones

De manera general en el estudio realizado se puede observar que el empleo de normas de control interno que aplican encargados de la administración o propietarios de empresas privadas de servicios al consumidor en la región de Valles Centrales más de la mitad las tienen escasas, esto origina problemas dentro de la organización por falta de control en sus operaciones y actividades. Se aprecia que del total de empresas privadas de servicios la mayoría se dedica al servicio del consumidor, en específico bares. Además resalta el hecho que estas empresas son tanto medianas como pequeñas.

Los resultados no son congruentes con los encontrados en la literatura, puesto que podemos encontrar teóricamente que toda empresa siendo pequeña, mediana o grande y de cualquier giro tiene que establecer un control interno, mediante políticas, procedimientos y manuales donde la organización desde el peldaño más alto del organigrama hasta el más bajo juegan un papel importante dentro del establecimiento. Se encontró que por medio del empleo de las normas de control interno se lleva un control para el beneficio de la empresa en conjunto.

Es probable que los resultados obtenidos en cuanto a la población que no opta por utilizar normas de control interno puedan ser atribuibles a la falta de conocimiento relacionado al control interno.

Sería conveniente desarrollar futuras investigaciones en las que se estudie con mayor detenimiento la importancia que tiene el implementar un control interno para lograr la efectividad y eficacia de las actividades en la organización, y donde hubiese la participación de personas relacionadas con la materia de control interno y así poder darnos sus opiniones y experiencias que tengan. Respecto a la metodología sería conveniente realizar otro tipo de estudios en los que se determinen las normas de control interno que se implementan o se buscan tener para sacar adelante a la organización. En cuanto al instrumento en futuras investigaciones se sugiere ampliarlo en cuanto a más reactivos en el instrumento.

El valor principal de los datos obtenidos se encuentra en el terreno de información general, sin embargo, los datos recabados no nos permiten reconocer a detalle las problemáticas que conllevan a no tener un control en las actividades y operaciones que se realizan en este tipo de empresas, pero son concluyentes respecto a medir y conocer el porcentaje de empresas que utilizan normas de control interno y cuantas no.

Los datos recabados nos permitieron conocer que de la totalidad encuestada el 45% de empresas privadas de servicios al consumidor en la región de Valles Centrales son bares, las cuales implementan normas de control interno para poder tener un plan organizativo para obtener la eficiencia y eficacia propuesta a dar al consumidor mediante operaciones y actividades secuenciales un servicio eficaz.

El estudio se planteó como objetivo determinar qué porcentaje de empresas privadas de servicios al consumidor en la región de Valles Centrales utilizan normas de control interno en ese sentido se logró dicho objetivo en virtud a que pudimos conocer qué porcentaje de empresas llegan a ocupar normas de control interno para cumplir con su misión y visión.

Para evitar que exista la falta de utilización de normas de control interno de manera general en empresas privadas de servicios al consumidor será conveniente que se realicen pláticas de orientación por expertos en el tema de “Control interno” en cada una de las empresas, a

los encargados de la administración, propietarios y al personal que labora en ellas, para que así teniendo la información necesaria y completa puedan elaborar e implementar manuales, políticas, procedimientos, programas de trabajo; que permitan a la organización cumplir con su misión, visión y valores destinados a dar un satisfactorio servicio al consumidor.

Bibliografía.

Benítez, C. (2014). Diseño de un sistema de control interno para la ferretería My friend.

Imbabura: Facultad de ciencias administrativas y económicas.

Cárdenas, J. (2012). Contraloría y control interno. México: FCE.

Estupiñan, R. (2015). Administración de Riesgos E.R.M y la auditoria interna. Bogotá:

ECOE ediciones.

Estupiñán, R. (2015). Control interno y Fraudes. Bogotá: ECOE.

Giner, F. (2012). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. México: ESIC.

Kotler, P. (2012). Fundamentos de la mercadotecnia. México: Prentice Hall.

López, D. y. (2012). Control interno en la empresa. México: OCCO.

Rodelo, G. y. (2014). Control interno en una empresa de Servicios. Cartagena.

Rodríguez, V. (2011). Control interno. México: Trillas.

Rojano, R. (2012). Control interno y la rentabilidad de la empresa "AKABADOS". Ecuador.

EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN UNA DEPENDENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA ESTATAL

Irais Angelica Ruiz Manuel

Resumen

De acuerdo a las características y elementos definidos por autores como Chiavenato (2001), Brunet (1987) y Forehand y Gilmer (1964) se define el concepto de clima organizacional en vista que se desconoce la existencia de estudios de esta índole en una dependencia de la administración pública estatal. En esta investigación se planteó identificar el tipo de clima organizacional y tuvo como objetivo determinar el tipo de clima organizacional que prevalece en una dependencia de la administración pública estatal con la finalidad de conocer el impacto y su correlación con los trabajadores. Desde el punto de vista de Rensis Likert citado en Brunet (1987) presenta una de las teorías organizacionales más completas por su nivel de explicación y por su extrapolación. Esta teoría del clima organizacional, o de los sistemas de organización como la llama su autor, permite visualizar en términos de causa y efecto la naturaleza de los climas que se estudian, y éstos se clasifican en: a) Clima de tipo autoritario; que son divididos en sistema I Autoritarismo Explotador y sistema II Autoritarismo Paternalista; y, b) Clima de tipo Participativo donde se encuentra el sistema III Consultivo y sistema IV participación en grupo. En la misma línea se considera que el clima es cuestión de enfoque, puesto que es determinado por cada autor dependiendo de las características y factores que contempla el fenómeno de estudio. El modelo de diagnóstico utilizado en el diseño del instrumento es el de Likert. Para el análisis estadístico de los datos que se obtuvieron se utilizó un diagrama de afinidad a través de la estadística descriptiva. Con los resultados de la investigación se determinó que el clima organizacional que prevalece en la dependencia es el sistema III de tipo Consultivo y pertenece a lo que frecuentemente se denomina como un clima positivo o abierto.

Palabras Clave: Clima organizacional, Dependencia, Administración Pública.

Introducción.

*Planteamiento del problema***.** Aburto y Bonales (2000) recalcan que es necesario señalar que dentro del sector público el desarrollo de la investigación social se ha visto limitada por diferentes factores entre los que destacan, el desconocimiento total y parcial del aporte de las ciencias sociales, el predominio de esquemas mentales que menosprecian la utilización de los lineamientos que derivan de un estudio social y, fundamentalmente, la superficialidad o inconsistencia teórico-metodológico con que se efectúan numerosas investigaciones. De manera sintética se puede decir que el clima organizacional se define como: a) un ambiente interno derivado de las características de la organización que son percibidas de manera diferente por cada individuo que la compone b) ya que estas influyen directamente en su comportamiento, rendimiento, productividad y satisfacción, c) y estas características son las que distinguen a una organización de otras organizaciones, conclusión obtenida de los autores Chiavenato (2001) (a); Brunet (1987) (b); Forehand & Gilmer (1964) (c).

Conocemos que se han realizado estudios del clima organizacional en México, pero desconocemos la existencia de investigaciones científicas del clima organizacional en una dependencia pública estatal.

Páramo en el 2004 hace referencia a que el clima organizacional es igual de importante que el clima atmósferico pues afirma que el clima dentro de una organización también puede descomponerse en términos de estructuras organizacionales, tamaño de la organización, modos de comunicación, estilo de liderazgo de la dirección, entre otros. Todos estos elementos se suman para formar un clima particular dotado de sus propias características que representan, en cierto modo, la personalidad de una organización e influye en el comportamiento de las personas que forman parte de ella.

El desarrollo del estudio permitirá conocer y determinar la importancia del tipo de clima organizacional que prevalece en una dependencia de la administración pública estatal, y proporcionará la información necesaria para que los directivos realicen un plan de mejora

de la dependencia, ya que con ello en automático factores como: productividad, rendimiento y satisfacción laboral se ven beneficiados.

Un signo que atraviesa a las investigaciones locales sobre el clima organizacional es el empleo de reducida bibliografía especializada. Es verdad que los textos escritos en inglés y español específica e íntegramente sobre el tema aún son muy pocos.

Esta falacia denota, junto con un manejo superficial del tema, un descuido de los principales problemas teóricos que hoy enfrenta el estudio de clima organizacional entre académicos e investigadores extranjeros. En consecuencia si se tiene una pobre idea del clima organizacional y se ignoran los varios ángulos de su problemática, ¿Cómo pueden explicarse los hallazgos que se obtienen? (Orbegozo, 2010).

Se ha señalado que la importancia de estudiar el clima organizacional en una dependencia de la administración pública estatal radica en la falta de interés que tiene la administración pública por mejorar sus diferentes ambientes laborales. Por lo que se planteó la interrogante ¿Cuál es el tipo de clima organizacional que prevalece en una dependencia de la administración pública estatal? El **objetivo** general de esta investigación fue determinar el tipo de clima organizacional que prevalece en una dependencia de la administración pública estatal.

Marco Teórico.

Páramo (2004) hace referencia a que en forma global, el clima refleja los valores, las actitudes y las creencias de los miembros, que debido a su naturaleza, se transforman a su vez, en elementos del clima. Así se vuelve importante para un administrador el ser capaz de analizar y diagnosticar el clima de su organización por tres razones: 1) Evaluar las fuentes del conflicto, de estrés o de insatisfacción que contribuyen al desarrollo de actitudes negativas frente a la organización, 2) Iniciar y sostener un cambio que indique al administrador los elementos específicos sobre los cuales debe dirigir sus intervenciones, 3) Seguir el desarrollo de su organización y prever los problemas que pueden surgir.

El clima constituye la personalidad de una organización y contribuye a la imagen que esta proyecta a sus empleados e incluso en el exterior. El administrador o el asesor especialista deben ser capaces de analizar e interpretar esta personalidad para poder planear mejor sus intervenciones.

Cuando se estudia el clima organizacional se evidencia que no existe una unificación teórica sobre su conceptualización…

Por lo tanto, al estudiar el clima organizacional se hace necesario identificar los diferentes elementos que constituyen el concepto de clima y el desarrollo de los diversos métodos de diagnóstico utilizados actualmente en las organizaciones, que permiten hacer un análisis y diagnóstico que evidencia la actitud hacia la organización por parte de los empleados al tiempo que contribuyen al desarrollo de cambio efectivos en las mismas (García, 2009).

Gan & Berbel (2007) establecieron que el clima de una organización está condicionado tanto por los individuos que integran la organización como por el funcionamiento interno y las normativas de la organización. Si bien puede hablarse de clima en singular respecto al conjunto de la corporación, institución o empresa; así mismo pueden identificarse distintos climas (plurales), dependiendo de las personas/equipos y del liderazgo y el modo de funcionamiento en las distintas áreas o departamentos que la componen. El concepto de clima laboral u organizacional se proyecta, actualmente, en diversas dimensiones y enfoques. De todos los enfoques sobre el concepto de clima organizacional, el que sin duda ha demostrado mayor notoriedad, sobre todo a partir de 1970, es el que se utiliza como elemento fundamental las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras, relaciones de trabajo y procesos que ocurren en su medio laboral.

A medida que se ha ido estudiando el comportamiento de las personas dentro de una organización, se ha puesto especial énfasis en el incremento de los estudios de investigación en relación al clima organizacional, podemos analizar que a través de diferentes conceptos se pueden obtener diferentes enfoques, puesto que cada autor definirá el concepto de clima acorde a las perspectivas que este tenga del estudio, por ello se interpreta que el clima es cuestión de enfoque.

Amaro, González, & Velunza (2014) concluyen que en los diferentes enfoques estudiados para abordar el estudio del clima organizacional no se ha llegado a un consenso en cuanto al significado del término, ya que las definiciones giran alrededor de factores organizacionales puramente objetivos como estructura, políticas y reglas, hasta atributos percibidos tan subjetivos como la cordialidad y el apoyo. No se puede olvidar que el clima, por su naturaleza, está basado de algún modo, en atributos del entorno de trabajo así como la falta de taxonomías adecuadas y las características individuales de los sujetos que realizan y formulan los juicios, introducen procesos subjetivos de los miembros, los que se consideran el elemento esencial del clima organizacional.

La temática de los diferentes enfoques se ha desarrollado a lo largo del tiempo, los diversos autores describen este fenómeno de acuerdo a las características y factores que han contemplado, por ello es que lo definen de distintas formas. Así pues podemos concluir, el enfoque estructuralista contempla el conjunto de elementos como la atmósfera, comportamiento social, ecología, entorno, campo, ambiente moral etc., y sobre todo el aspecto psicológico, por ello se conceptualiza como clima laboral. Por otro lado tenemos que el enfoque subjetivo es el enfoque que encaja en el modelo de Likert, aunado a este el enfoque de síntesis describe este fenómeno desde el punto de vista estructural y subjetivo, ya que incluye variables como la estructura, relaciones de la interacción social y el proceso de organización, y derivado de esta unión se define el clima organizacional.

Diversos investigadores han abordado la medida del clima organizacional como es el caso de Likert (Brunet, 1987), el cual diseñó el estudio midiendo las percepciones en función de ocho dimensiones que a continuación se describen:

Los métodos de mando: la forma en que se utiliza el liderazgo para influir a los empleados.

Las características de las fuerzas motivacionales. Los procedimientos que se instrumentan para motivar a los empleados y responder a sus necesidades.

Las características de los procesos de comunicación. La naturaleza de los tipos de comunicación en la empresa, así como la manera de ejercerlos.

Las características de los procesos de influencia. La importancia de la interacción superior/subordinado para establecer los objetivos en la organización.

Las características de los procesos de toma de decisiones. La pertinencia de las informaciones en que se basan las decisiones así como el reparto de las funciones.

Las características de los procesos de planificación. La forma en que se establece el sistema de fijación de objetivos o de directrices.

Las características de los procesos de control. El ejercicio y la distribución del control entre las instancias organizacionales.

Los objetivos de rendimiento y perfeccionamiento. La planificación así como la formación deseada.

Para Furnham (2006) el problema conceptual del grado en el cual las percepciones del clima tienen que aceptarse consensualmente para garantizar la definición del concepto ha llevado a algunos autores a resolver especificando o definiendo diferentes tipos de clima.

Desde el punto de vista de Rensis Likert citado en Brunet (1987) presenta una de las teorías organizacionales más completas y además clasifica los tipos de clima organizacional por sus características, que pueden ser:

A) Clima de tipo Autoritario: Se subdivide en 2 sistemas, que son:

1) Sistema I – Autoritarismo Explotador- En el tipo de clima de autoritarismo explotador, la dirección no le tiene confianza a sus empleados. La mayor parte de las decisiones y de los objetivos se toman en la cima de la organización y se distribuyen según una función puramente descendente. Los empleados tienen que trabajar dentro de una atmósfera de miedo, de castigos, de amenazas, ocasionalmente de recompensas, y la satisfacción de las necesidades permanece en los niveles psicológicos y de seguridad. Las pocas interacciones que existen entre los superiores y los subordinados se establecen con base en el miedo y en la desconfianza. Aunque los procesos de control estén fuertemente centralizados en la cúspide, generalmente se desarrolla una organización informal que se opone a los fines de la organización formal. Este tipo de clima presenta un ambiente estable y

aleatorio en el que la comunicación de la dirección con sus empleados no existe más que en forma de directrices y de instrucciones específicas.

2) Sistema II- Autoritarismo Paternalista- El tipo de clima de autoritarismo paternalista es aquel en que la dirección tiene una confianza condescendiente en sus empleados. Como la de un amo con su siervo. La mayor parte de las decisiones se toman en la cima, pero algunas se toman en los escalafones inferiores. Las recompensas y algunas veces los castigos son los métodos utilizados por excelencia para motivar a los trabajadores. Las interacciones entre los superiores y los subordinados se establecen con condescendencia por parte de los superiores y con precaución por parte de los subordinados. Aunque los procesos de control permanecen siempre centralizados en la cima, algunas veces se delegan a los niveles intermedios e inferiores. Puede desarrollarse una organización informal pero esta no siempre reacciona a los fines formales de la organización. Bajo este tipo de clima, la dirección juega mucho con las necesidades sociales que sus empleados tienen, sin embargo, existe la impresión de trabajar dentro de un ambiente estable y estructurado.

B) Clima de tipo Participativo: A su vez, se divide en:

1) Sistema III – Consultivo- La dirección que evoluciona dentro de un clima participativo tiene confianza en sus empleados. La política y las decisiones se toman generalmente en la cima pero se permite a los subordinados que tomen decisiones más específicas en los niveles inferiores. La comunicación es de tipo descendente. Las recompensas, los castigos ocasionales y cualquier implicación se utilizan para motivar a los trabajadores; se trata también de satisfacer sus necesidades de prestigio y de estima. Hay una cantidad moderada de interacción de tipo superior-subordinado y, muchas veces, un alto grado de confianza. Los aspectos importantes de los procesos de control se delegan de arriba hacia abajo con un sentimiento de responsabilidad en los niveles superiores e inferiores. Puede desarrollarse una organización informal, pero esta puede negarse o resistirse a los fines de la organización. Este tipo de clima presenta un ambiente bastante dinámico en el que la administración se da bajo la forma de objetivos por alcanzar.

2) Sistema IV- Participación en Grupo- En el sistema de la participación en grupo, la dirección tiene plena confianza en sus empleados. Los procesos de toma de decisiones están diseminados en toda la organización, y muy bien integrados a cada uno de los niveles. La comunicación no se hace solamente de manera ascendente o descendente, sino también de forma lateral. Los empleados están motivados por la participación y la implicación, por el establecimiento de objetivos de rendimiento, por el mejoramiento de los métodos de trabajo y por la evaluación del rendimiento en función de los objetivos. Existe una relación de amistad y confianza entre los superiores y los subordinados. Hay muchas responsabilidades en los niveles de control con una implicación muy fuerte de los niveles inferiores. Las organizaciones formales e informales son frecuentemente las mismas. En resumen, todos los empleados y todo el personal de dirección forman un equipo para alcanzar los fines y los objetivos de la organización que se establecen bajo la forma de planeación estratégica.

En nuestro país, específicamente en Monterrey, Nuevo León, Williams (2013) realizó un estudio diagnóstico de clima laboral en una dependencia pública que tuvo como objetivo general conocer la tendencia general de la percepción del talento humano sobre el clima laboral de una dependencia, se concluyó que en relación a las áreas evaluadas el personal refleja un grado regular de insatisfacción hacia el ambiente que se vive dentro de su organización, estando los resultados estadísticos por debajo de la media con un 46%. La motivación se ve seriamente afectada, reflejando un personal desinteresado, con poca identificación con su institución laboral, incertidumbre profesional, una comunicación deficiente entre los distintos niveles jerárquicos, en cuanto al liderazgo, se ve cada vez más afectado y con menor credibilidad por parte de los empleados lo cual es reforzado por la falta de acercamiento y confianza por ambas partes, por la falta de claridad al explicar los objetivos y la omisión de información que podría ser relevante para llevar a cabo efectivamente las actividades y la falta de retroalimentación hacia las acciones del personal; con una mejor calificación el trabajo en equipo encontrándose en niveles aceptables debido al tiempo que tienen laborando juntos.

Debido a que se desconoce la existencia de investigaciones de esta índole en el Estado, fue la razón por lo cual este proyecto tuvo como objetivo determinar el tipo de clima organizacional que prevalece en una dependencia de la administración pública estatal.

Metodología

Esta investigación es de tipo descriptivo, la presente investigación se justifica debido a que la problemática de estudio tiene una magnitud considerable, puesto que el campo de investigación de clima organizacional en la administración pública estatal es nulo.

Definición operacional de las variables

- Para García (2009) el **clima organizacional** es la identificación de características que hacen los individuos que componen la organización y que influyen en su comportamiento lo que hace necesario para su estudio la consideración de componentes físicos y humanos, donde prima la percepción del individuo dentro de su contexto organizacional (p.48).
- Castelazo (2007) considera a la **administración pública** como el conjunto de instituciones y personas responsables de llevar a cabo la función pública a nombre del gobierno que representa al Estado (p.25).
- Hernández (1994), son **dependencias administrativas** los órganos vinculados directamente al ejecutivo federal por una relación de subordinación jerárquica que los faculta a actuar en su nombre, para atender en la esfera administrativa los asuntos que la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal les confiere (párr. 1).

Diseño de la entrevista.

Para la recolección de información se diseñó un cuestionario con preguntas cerradas y evaluar el tipo del clima organizacional que prevalece en una dependencia de la

administración pública estatal, según el modelo de diagnóstico de Likert citado anteriormente. El universo de la población se compone de un total de 124 trabajadores, con diferentes tipos de relación laboral, como son: de base, regularizados, formalizados y de contrato. Debido a la magnitud del universo y para los fines del estudio, se determinó una muestra que representa el 32.25% del total de trabajadores adscritos. Se tomaron como criterios de inclusión que el personal tuviera una antigüedad mayor a un año de servicio, independientemente que fueran hombres o mujeres y de su relación de trabajo (base, regularizado, formalizado, contrato). Para la integración del estudio se utilizó un muestreo intencional.

Análisis de los datos.

La muestra fue integrada por 40 trabajadores, para la manipulación de la variable se aplicó una encuesta a los trabajadores, los datos fueron analizados mediante un diagrama de afinidad y a través de la estadística descriptiva.

Se concentró en la hoja de cálculo los datos obtenidos, se clasificaron los porcentajes de cada dimensión de estudio y de acuerdo a cada una de las características que presentaba cada dimensión se determinó el tipo de sistemas al que pertenecían, derivado de los porcentajes obtenidos en cada dimensión se estableció en forma global el tipo de sistema de clima organizacional que prevalece en la dependencia de la administración pública estatal de acuerdo a la teoría de Likert citado por Brunet (1987).

Resultados

Tabla 1. Datos de trabajadores encuestados de acuerdo a su relación de trabajo y género.

RELACIÓN DE TRABAJO	No. DE TRABAJADORES	% DE TRABAJADORES	GÉNERO	
			FEMENINO	MASCULINO
BASE	7	17.5%	5	2
REGULARIZADO	6	15%	3	3
FORMALIZADO	19	47.5%	8	11
CONTRATO	8	20%	5	3
TOTAL DE TRABAJADORES	**40**	**100%**	**21**	**19**

Fuente: Elaboración propia basada en la recolección de datos de la dependencia pública.

Tabla 2. Porcentajes de las dimensiones de estudio del Clima organizacional.

Dimensiones del Clima Organizacional	% Respuesta "POSITIVA"	% Respuesta "NEGATIVA"
Método de mando	80.83	19.17
Motivación	86.67	13.33
Comunicación	71.25	28.75
Proceso de influencia	88.75	11.25
Toma de decisiones	71.25	28.75
Planificación	60.00	40.00
Control	62.5	37.5
Rendimiento y Perfeccionamiento	74.16	25.84

Fuente: Elaboración propia basada en las dimensiones de estudio del clima organizacional de Likert citado en Brunet (1987).

De acuerdo a la aplicación del cuestionario para determinar el tipo de clima organizacional que prevalece en una dependencia de la administración pública, se muestra el porcentaje de

respuestas de las ocho dimensiones de diagnóstico de Likert, en la que se aprecian las calificaciones.

Tabla 3. Porcentaje de respuestas de acuerdo a la relación de trabajo.

DIMENSIONES DEL CLIMA ORGANIZA-CIONAL	RELACIÓN DE TRABAJO								% TOTAL DE RESP POSITI-VAS	% TOTAL DE RESP NEGATI-VAS
	BASE		REGULARIZA-DO		FORMALIZADO		CONTRATO			
	% RESP POSITI-VAS	% RESP NEGATI-VAS	% RESP POSITI-VAS	% RESP NEGATI-VAS	% RESP POSITI-VAS	% RESP NEGATI-VAS	% RESP POSITI-VAS	% RESP NEGATI-VAS		
Método de mando	13.33%	4.17%	12.50%	2.50%	45.00%	2.50%	10.00%	10.00%	80.83%	19.17%
Motivación	15.00%	2.50%	11.67%	3.33%	45.00%	2.50%	15.00%	5.00%	86.67%	13.33%
Comunica-ción	13.75%	3.75%	7.50%	7.50%	42.50%	5.00%	7.50%	12.50%	71.25%	28.75%
Proceso de influencia	16.25%	1.25%	13.75%	1.25%	47.50%	0.00%	11.25%	8.75%	88.75%	11.25%
Toma de decisiones	13.75%	3.75%	6.25%	8.75%	37.50%	10.00%	13.75%	6.25%	71.25%	28.75%
Planificación	12.50%	5.00%	6.25%	8.75%	32.50%	15.00%	8.75%	11.25%	60.00%	40.00%
Control	12.50%	12.50%	7.50%	5.00%	32.50%	7.50%	10.00%	10.00%	62.50%	35.00%
Rendimiento y Perfecciona-miento	13.33%	4.17%	10.83%	4.17%	41.67%	5.83%	8.33%	11.67%	74.16%	25.84%

Fuente: Elaboración propia, de acuerdo a la recolección de datos de los trabajadores la dependencia y basada en las dimensiones de estudio del clima organizacional de Likert citado en Brunet (1987).

Se realizó el análisis de las ocho dimensiones de estudio, clasificando los resultados de acuerdo a la relación de trabajo que se mantiene dentro de la dependencia pública, y así ubicar los diferentes hallazgos.

Resultados por dimensiones de estudio.

Método de mando.

En esta dimensión se refleja que el 80.83% de los trabajadores encuestados consideran que la dirección tiene plena confianza en sus empleados, de estos el 13.33% pertenece a personal de base, el 12.5% pertenece a personal regularizado, el 45% al personal formalizado y el 10% corresponde a personal de contrato, con los resultados se puede observar que la mayoría de los trabajadores considera que existe un buen manejo de la organización por parte de los jefes inmediatos.

Motivación

Un 86.67% de los trabajadores encuestados se sienten motivados; de estos el 15% de los trabajadores es de base, el 11.67% regularizados, el 45% es personal formalizado y el 15% es personal de contrato, todos ellos se sienten motivados por la participación y la implicación así como por el establecimiento de objetivos por rendimiento.

Comunicación

La dimensión de comunicación se ubica con un total de 71.25%, esto demuestra que la comunicación se ubica en el clima de tipo consultivo debido a que existe una comunicación descendente, es importante mencionar que de acuerdo a los resultados el grupo de personal de contrato que representan el 20% del total de la muestra, el 12.5 % considera que no existe una buena comunicación en la dependencia.

Proceso de influencia

Esta dimensión presentó el mayor porcentaje en comparación con las demás, ya que el 88.75% total de los trabajadores, considera que en la dependencia existe una relación de amistad y confianza entre los superiores y los subordinados, cabe de mencionar que el

100% del personal formalizado que conforma la muestra, demostró que existe una relación cordial entre jefe y subordinados.

Toma de decisiones

De acuerdo a los resultados obtenidos el 13.75% de trabajadores de base, 6.25% de personal regularizado, 37.50% de formalizados, y finalmente el 13.75% de trabajadores de contrato perciben que las políticas y las decisiones se toman generalmente en la cima sin embargo se permite a los subordinados que se tomen algunas decisiones más específicas en los niveles inferiores, esto dando como resultado que el 71.25% de los encuestados posee autoridad para resolver ciertas problemáticas dentro de la organización.

Planificación

Un total del 60% de trabajadores considera que el proceso de planificación se realiza por la dirección de objetivos o de directrices. Es importante considerar que en todas las relaciones de trabajo se obtuvieron porcentajes poco positivos. Como es el ejemplo del personal de contrato, pues del 20% que representa el total de trabajadores, solo el 8.75% tuvo respuestas positivas.

Control

La dimensión de control muestra que el 62.50% de los trabajadores encuestados consideran que el proceso de delegación se realiza de arriba hacia abajo con responsabilidad en los niveles superiores e inferiores, de estos el 12.50% pertenece a personal de base, el 7.50 % pertenece a personal regularizado, el 32.50% al personal formalizado y el 10% corresponde a personal de contrato.

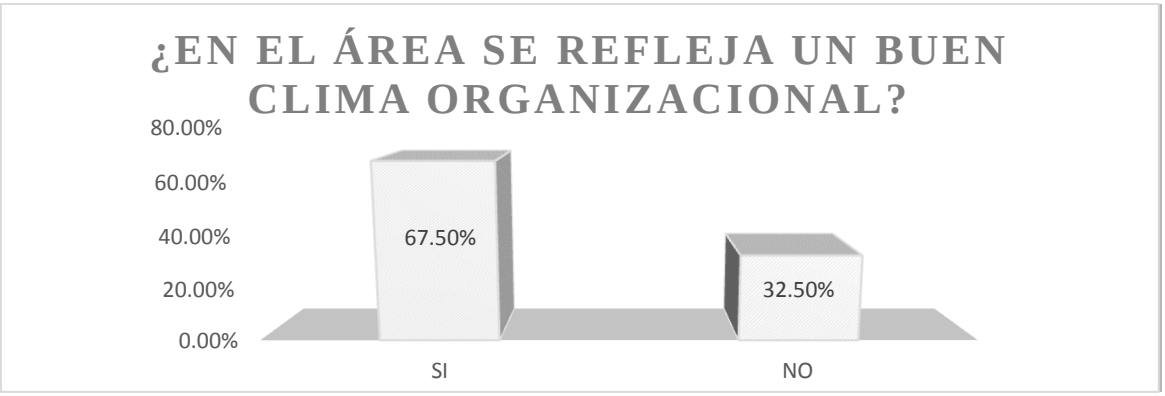
Rendimiento y Perfeccionamiento

Un 74.16% de los trabajadores encuestados considera que los objetivos están determinados y tienen una aceptación abierta a estas, por lo cual se desglosa que el 13.33% de los trabajadores son de base, el 10.83% regularizados, el 41.67% es personal formalizado y el 8.33% es personal de contrato, todos estos trabajadores realizan mejoras a sus actividades,

sin embargo en algunas ocasiones suelen resistirse a los fines de la organización debido a que trabajan con una organización informal.

De acuerdo a los resultados que se presentaron en el estudio, derivados de los porcentajes de cada dimensión así como de las características de los sistemas de cada tipo de clima organizacional según, la teoría de Likert (Brunet, 1987) se obtuvo como resultado que es de tipo **"Consultivo"**; sin embargo, no todas las dimensiones presentaron características que ubicaran al clima organizacional dentro de un tipo de participación en grupo, que éste sería el más idóneo para cualquier organización.

Figura 1. Porcentaje de respuesta si existe un buen Clima Organizacional.



La figura 1 demuestra que existe un buen clima organizacional y cuyas características se identifican como de tipo abierto-positivo, de acuerdo a la teoría de Likert citado por Brunet (1987).

Conclusiones

El análisis del clima organizacional sin duda es un tema muy amplio, ya que está ligado a otras vertientes de estudio como el liderazgo, la productividad y la satisfacción laboral. Sabemos que temas como la cultura organizacional y clima organizacional van de la mano; sin embargo, éstos no representan lo mismo. El enfoque que utiliza cada autor para describir el clima, es piedra angular para la conceptualización; por ello, a lo largo de la

investigación y, de acuerdo a la información obtenida, se pudo definir con claridad el término. Los tipos de clima organizacional a través del tiempo, no han tenido muchos cambios pues la mayoría de autores se han basado en la teoría de sistemas de Likert, que ha sido una de las grandes aportaciones para el estudio del clima organizacional.

De acuerdo a la teoría de Likert, que está basada en los sistemas para clasificar los tipos de clima organizacional y analizando las características que conforman cada sistema, se realizó la comparación e interpretación de cada dimensión. Se presentaron características positivas, como: método de mando efectivo, personal motivado, una comunicación estable, proceso de influencia efectivo, toma de decisiones, planificación y rendimiento dentro del rango tolerable, y un buen proceso de perfeccionamiento que obtuvieron respuestas por arriba de la media y así, conforme a los porcentajes de respuestas del instrumento aplicado, se concluyó que las características pertenecen al sistema de tipo "Consultivo", lo que generalmente es llamado como un buen clima organizacional. Sin embargo, se tendría que trabajar en aspectos como la planificación y el rendimiento, pues de acuerdo a los resultados estos son los focos rojos para esta organización.

El estudio no estuvo exento de algunas dificultades al momento de aplicar el instrumento como la magnitud del número de trabajadores, el tipo de relación laboral, los horarios y las cargas de trabajo, sin embargo la investigación se desarrolló con éxito.

Bibliografía

Aburto, P. H., & Bonales, V. J. (2000). Habilidades Directivas: Determinantes en el Clima Organizacional. *Investigación y Ciencia*, 41-49.

Amaro, S. L., González, T. R., & Velunza, Q. M. (s.f.). *Monografías de la UMCC*. Recuperado el 10 de 10 de 2016, de http://monografias.umcc.cu/monos/2014/FUM%20Matanzas/mo14263.pdf

Brunet, L. (1987). *El Clima de Trabajo en las Organizaciones:Definición, Diagnóstico y Consecuencias.* México: Trillas.

Castelazo, J. R. (2007). *Administración Pública:Una Visión de Estado.* México: Talleres de arte vocé.

Chiavenato, I. (2001). *Administración. Teoría, Proceso y Práctica.* Colombia: Mc Graw Hill.

Forehand, G., & Gilmer, B. (1964). Enviromental variation in studies of organitional behavior. *Psychological Bolletin*, 361-382.

Furnham, A. (2006). *Psicología Organizacional El Comportamiento de los Individuos en las Organizaciones.* México, D.F: Alfaomega Grupo Editor.

Gan, F., & Berbel, G. (2007). *Manual de Recursos Humanos 10 Programas para la Gestión y el Desarrollo del Factor Humano en las Organizaciones Actuales.* México: UOC.

García, S. M. (Julio-Diciembre de 2009). *Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual.* Recuperado el 30 de Abril de 2016, de Redalyc: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225014900004

Hernández, E. O. (1994). *Enciclopedia Jurídica Online*. Obtenido de Enciclopedia Jurídica Online: http://mexico.leyderecho.org/dependencia-administrativa/

Orbegozo, G. A. (2010). Problemas Teóricos del Clima Organizacional:Un Estado de la Cuestión. *Revista Psicológica*, 347-362.

Páramo, C. P. (2004). *Enfoques Teóricos Relacionados con el Clima Organizacional (Tesis de especialización).* Cundinamarca: Universidad de la Sabana.

Williams, R. L. (2013). *Estudio Diagnóstico del Clima Laboral en una Dependencia Pública (Proyecto final de campo de maestría).* Nuevo León: Universidad Autónoma de Nuevo León.

LOS VALORES ÉTICOS. PILARES EN EL DESEMPEÑO DEL SERVIDOR PÚBLICO

Antonio Sánchez Hernández

Resumen

El propósito de esta investigación es analizar de manera documental la importancia de la ética y los valores en el desempeño de los servidores públicos. Por lo que se considera que debería de existir un código de ética con el que se puedan regir los servidores públicos que le permita acercarse a las personas y así puedan tener confianza hacia ellos. Para esto existen diversos índices que permiten medir la ética con la que se rigen cada uno de los servidores. Es por ello, que el tema de la ética y de los valores es un tema complicado de abordar, sin embargo, en esta investigación se realiza una recopilación documental de algunas propuestas para lograr un cambio en las administraciones gubernamentales, en la que se podrá observar que informar la importancia de llevar con ética las actividades de los servidores públicos para que el desempeño de las mismas se rija bajo los valores que la misma sociedad ha establecido.

Palabras Clave: Ética, Valores, Servidor Público.

Introducción.

La ética es una expresión de la cultura, una forma de dominio de la razón sobre el instinto (Lugo Verduzco, 2001).

Actualmente, México se encuentra en la posición número 123 en el Índice de Percepción de la Corrupción (2016), con 30 puntos siendo 100 el puntaje más alto

(percepción de corrupción), la población mexicana no tiene una confianza considerada al Gobierno que les representa y eso puede afectar al país en las miradas extranjeras.

Es importante que el servidor público se rija con algún código de ética que le permita acercarse a las personas y mostrar que pueden tener confianza hacia su gobierno, en esta investigación se menciona la importancia que tiene la ética y los valores en la actividad diaria del servidor público.

Los servidores públicos que no se manejan de manera ética, no sólo traicionan a las pocas personas que aún tienen confianza en ellos, sino que, se traicionan también a ellos y a la Constitución Política que juraron salvaguardar en el momento de tomar protesta ante ella.

Existen diversos índices que permiten medir la ética con la que se rige cada servidor, sin embargo, no cuenta con un valor relativo, sino que puede ser con una percepción diferente para cada persona, mientras que, tal vez, alguien vea como el valor más importante el respeto, otra persona podrá ver a la honestidad.

Por ello, el tema de la ética y de los valores es un tema complicado de abordar, sin embargo, en esta investigación se realiza una recopilación documental de algunas propuestas para lograr un cambio en las administraciones gubernamentales.

El objetivo de esta investigación es informar la importancia de llevar con ética las actividades de los servidores públicos para que el desempeño de las mismas se rija bajo los valores que la misma sociedad ha establecido.

Marco Teórico.

Todo grupo humano tiene formas particulares de organización de sus prácticas sociales, dichas formas específicas sobre la concepción del mundo integran su cultura. Toda cultura posee costumbres así como un sistema de valores sobre el entorno que interpretan aquellos individuos que participan de ella. Los valores expresan el perfil del hombre resultante de un contexto cultural y un concepto de nación.

Los valores pueden entenderse como los principios que rigen el comportamiento humano, y dirigen las aspiraciones de los individuos, o incluso de sociedades, en pro de su perfeccionamiento o realización. Se refieren a pautas deseables de conducta individual y colectiva, y proporcionan los parámetros que determinan que conductas son apropiadas. Estos se integran por un conjunto de creencias sobre lo justo y lo injusto, sobre lo bueno y lo malo, estos constituyen la base de las actitudes y las conductas externas de los hombres; son los cimientos de una educación encaminada a lograr un desarrollo humano integral que busca formar al individuo de manera correcta. (Sociales, 2001).

Es importante destacar que así como existen valores en una cultura también es posible identificar contravalores, antivalores o valores negativos que son la antítesis de los mismos, esto es, la maldad se opone a la bondad, la injusticia a la injusticia, la mentira a la verdad, la pereza al trabajo, etcétera. En general, estos contravalores se oponen al desarrollo pleno de las personas y por ende de la comunidad. En el mundo los antivalores se han expandido de manera indiscriminada y han invadido ámbitos sociales, económicos, culturales, deportivos, laborales, políticos. Al ser esto así, han invadido también la esfera de lo público al desarrollarse como virus al interior de las instituciones públicas le han hecho tanto daño.

Algunos de los principales contravalores que enferman la salud de las instituciones públicas son: la ambición, la adulación, la avaricia, la codicia, la complicidad, el compadrazgo, el desorden, la desconfianza, el desenfreno, el dedazo, la deslealtad, la estafa, el egoísmo, el fraude, la hipocresía, la injusticia, la ineptitud, la irresponsabilidad, la insolencia, la incompetencia, la improvisación, la impunidad, el libertinaje, la mentira, la malversación de recursos, el nepotismo, la negligencia, la prevaricación, la rapiña, el soborno, el tráfico de influencias, el temor, la traición, entre otros. Por sí mismo, cada vicio puede ser objeto de un análisis exhaustivo, sin embargo comúnmente nos referimos a estos utilizando la palabra corrupción.

La corrupción es un fenómeno mundial, afecta el desarrollo de los países y la marcha de las organizaciones, en algunos casos es la causa de muchos males como el de la pobreza, la contaminación, la tala de bosques en lugares prohibidos, la extinción de la flora y fauna, la injusticia, etc. Para fortuna de la humanidad, la corrupción es combatible siempre que se

tenga conciencia y voluntad y se realice un gran esfuerzo mediante el establecimiento de medidas para frenarla.

La ética tiene una íntima relación con la moral, tanto que incluso ambos ámbitos se confunden con bastante frecuencia. En la actualidad se han ido diversificando **la Ética son el conjunto de normas que vienen del interior y la moral las normas que vienen del exterior; es decir, de la sociedad.**

La ética es una disciplina de conocimiento que estudia las actitudes de los hombres y las clasifica en virtudes y vicios, en acciones buenas o malas, debidas e indebidas, convenientes y nocivas, y enseña cuales son aquellas dignas de imitar.

La ética es la **obligación efectiva del ser humano que lo debe llevar a su perfeccionamiento personal, el compromiso que se adquiere con uno mismo de ser siempre más persona;** refiriéndose a una decisión interna y libre que no representa una simple aceptación de lo que otros piensan, dicen y hacen.

La ética da al hombre conocimiento que le permite saber elegir correctamente en cada acto que realice. Al respecto, Aristóteles señala lo siguiente: “Tanto la virtud como el vicio están en nuestro poder. En efecto, siempre que está en nuestro poder el hacer, lo está también el no hacer, y siempre que está en nuestro poder el no, lo está el sí, de modo que si está en nuestro poder el obrar cuando es bello, lo estará también cuando es vergonzoso, y si está en nuestro poder el no obrar cuando es bello, lo estará, asimismo, para no obrar cuando es vergonzoso” Uno de los elementos principales para combatir las prácticas indebidas de los políticos y funcionarios públicos, es estableciendo barreras que prohíban conductas indeseables y fomentando las conductas deseables mediante principios y valores éticos sólidos que respalden su conducta. Por tanto, es importante que aquellos individuos que laboran en instituciones públicas tengan una formación íntegra con una amplia visión, con sentido de responsabilidad, lealtad a la institución y compromiso con los objetivos de la misma.

En las instituciones de carácter público es mayor la responsabilidad por captar y formar personal con un perfil adecuado, porque los fines y las tareas que estos realizan tienen un alcance mayor: el de servir a una comunidad.

Un servidor público, de acuerdo al artículo 108 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se definen a "a los representantes de elección popular, a los miembros del Poder Judicial de la Federación, los funcionarios y empleados y, en general, a toda persona que desempeñe un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza en el Congreso de la Unión o en la Administración Pública Federal, así como a los servidores públicos de los organismos a los que esta Constitución otorgue autonomía, quienes serán responsables por los actos u omisiones en que incurran en el desempeño de sus respectivas funciones" (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicano, 2017).

Por otra parte, Martínez Morales (1991), define al Servidor Público como aquel servicio administrativo cuyo objeto consiste en facilitar de modo regular y continuo la satisfacción de una necesidad colectiva individualmente sentida. A pesar de que en la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca se mencionan las sanciones y las acciones que no puede cumplir un servidor público, no existe algún artículo que lo defina.

Es así, como se puede definir al Servidor Público, como aquel que realiza actividades reguladas, controladas y remuneradas por instituciones gubernamentales, estos responden a alguna necesidad grupal que debe de ser atendida, es decir, dar soluciones a demandas sociales.

La responsabilidad por parte de la administración pública en la prestación de los servicios públicos, implica tener presente los siguientes principios (Diego Bautista, 2001):

- Continuidad. Los servicios públicos deben mantenerse constantes, de manera uniforme y permanente.
- Suficiencia. Consiste en que debe existir la capacidad o cantidad necesaria (suficiente) para la prestación del servicio.
- Rapidez. Es la dinámica con que se presta un servicio, con el propósito de evitar pérdida de tiempo.

- Seguridad. Consiste en brindar confianza y credibilidad al brindar de manera regular el servicio deseado.
- Economía. Los servicios públicos no están destinados necesariamente a ser objeto de lucro para obtener utilidades como en la iniciativa privada pero es necesario recuperar lo erogado para mantener la continuidad en el servicio.
- Calidad. Consiste en desarrollar las actividades con exactitud, precisión, amabilidad y esmero, logrando que el usuario del servicio quede satisfecho.
- Eficiencia. Consiste en alcanzar el máximo resultado con el mínimo de esfuerzos y recursos, es hacer más con menos. Frente a la escasez de recursos es necesaria una mayor preparación, buscando siempre mejores alternativas.
- Innovación. Son las iniciativas para brindar de la mejor manera posible los servicios. Consiste en incorporar los nuevos métodos, técnicas e innovaciones tecnológicas, dejando atrás elementos obsoletos.

Es así, que la categoría de servidor público no es únicamente un privilegio, sino una responsabilidad y un compromiso de beneficiar a la sociedad, pues son parte del Estado, las actividades pueden ser realizadas directa o indirectamente; directamente cuando el Estado se hace cargo por medio de sus órganos administrativos que se encargan de organizar el desempeño de la operación de los servidores públicos, mientras que se puede decir que es indirecto cuando el Estado concede ciertas facultades a particulares para prestar determinadas actividades de servidores públicos.

Algunos de los servicios públicos son: educación, vivienda, salud, transporte, alumbrado público, alcantarillado, abasto de alimentos, asistencia social, distribución de alimentos, protección civil, deportes, recolección de basura, mercados, turismo, parques y sitios recreativos, entre otros.

Los valores fundamentales para el servidor público son:

Respeto: Es apreciarse uno mismo como ser humano y apreciar a los demás en la misma dimensión.

Responsabilidad: Facultad que permite al ser humano interactuar, comprometerse y aceptar las consecuencias de un hecho libremente realizado.

Solidaridad: Actuar Siempre con sentido de comunidad.

Honestidad: Compostura, decencia y moderación en la persona, en sus acciones y palabras. Es la demostración tangible de la grandeza del alma, de la generosidad del corazón y de la rectitud de los sentimientos.

Compañerismo: Actitud permanente de dar la mano al otro y no retirársela hasta lograr una meta común, el bienestar de todos.

Cordialidad: Es el valor que más enriquece las relaciones humanas, se origina en la sencillez del espíritu, en la grandeza del alma y en la nobleza de los sentimientos.

Servicialidad: Actitud de Servir con diligencia, cuidado y voluntad. Se apoya en la absoluta igualdad entre los seres humanos y el deseo sincero de hacer algo por los demás y aportar con algo a su bienestar.

Lealtad: Capacidad para mantenerse firme en respaldo a una causa, a un ideal, a una institución, a una persona, sin que interesen o importen las circunstancias.

Tolerancia: Respeto y consideración hacia las opiniones o prácticas de los demás, aunque repugnen en las nuestras.

Servicio: Una vida de sacrificios, de esperanzas, de cristalinos ejemplos, entregarse por completo es servir a la comunidad de manera incondicional, sin esperar nada a cambio.

Metodología.

De acuerdo a la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (2012) un método para evaluar el Código de Conducta menciona que se debe de atender lo siguiente:

Evaluar las recomendaciones emitidas analizando gravedad y en su caso reincidencia.

En caso necesario, comunicar al Órgano Interno de Control (OIC) en la Secretaría de Economía de las conductas de servidores públicos que conozca con motivo de sus funciones, y que puedan constituir responsabilidad administrativa o sean consideradas graves.

Aplicar la encuesta de evaluación interna a todos los servidores públicos, a fin de contar con elementos suficientes para evaluar el desempeño de los indicadores de cumplimiento del Código de Conducta. Lo anterior, durante el cuarto trimestre de cada año.

Evaluar el desempeño de los indicadores de cumplimiento del Código de Conducta.

Analizar los resultados de los indicadores de cumplimiento del Código de Conducta, y en su caso, emitir las recomendaciones de mejora necesarias.

Una manera de evaluar los indicadores de conducta son los siguientes:

Imagen 1. Indicadores de Conducta

Indicador	Definición del indicador	Unidad de medida	Método de cálculo	Valor en el que se expresa el resultado	Tendencia
Código de Conducta	Existe un Código de Conducta en la Institución	Ejemplar del Código	Código de Conducta	Valor absoluto	Incremento
Quejas presentadas por incumplimiento del Código de Conducta	Número de quejas recibidas en los buzones.	Quejas	Suma de las quejas recibidas en los buzones	Valor absoluto	Reducción
Quejas procedentes	Quejas a las que se de seguimiento debido a incumplimientos al Código de Conducta	Quejas	Quejas procedentes / Quejas recibidas en los buzones	Porcentaje	Reducción
Cumplimiento de valores contenidos en el Código de Conducta	Evaluar el grado de cumplimiento de los valores contenidos en el Código de Conducta	Valores	Valores cumplidos/ valores totales contenidos en el Código de Conducta	Porcentaje	Incremento
Recomendaciones emitidas por el Comité de Ética	Analizar y disminuir el número de recomendaciones emitidas por el Comité de Ética	Recomendaciones	Suma de las recomendaciones emitidas por el Comité de Ética de forma anual	Valor absoluto	Reducción

Fuente: COFEMER (2012)

Es por ello que, de acuerdo al área en la que se pretenda evaluar al Servidor Público, se debe de diseñar un cuestionario acorde a las necesidades.

Recomendaciones.

Algunas de las recomendaciones que se proponen para promover la ética en el desempeño de los servidores públicos son, retomando a Martínez (1991):

Identificar las instancias correspondientes de vigilar las actividades que desempeñen los servidores públicos se realicen con ética responsable.

Fomentar entre los servidores públicos, la ética y los valores para que realicen sus actividades propias a su cargo.

Creación de un organismo descentralizado que se encargue de fomentar la ética y los valores del servidor público, además de que vigile que las sanciones sean adecuadas de acuerdo al acto cometido por el funcionario.

Establecer un perfil ético a cumplir por el servidor público.

Crear en el servidor público una manera de vivir y de servir llevando siempre a cabo acciones que integren a la ética y los valores.

Sensibilizar al servidor público para comprometerlo con el deber hacia la sociedad.

Crear programas y talleres para fomentar la cultura de ética y valores en el desempeño de las actividades diarias del servidor público.

Creación de códigos de conducta que puedan regular a los servidores públicos.

Es así como se puede lograr que los servidores públicos puedan llevar a cabo sus actividades con los valores que puedan regirlos. Cabe hacer mención que esta investigación se realizó únicamente de manera documental.

Conclusiones

El servicio público, aunque ha sido corrompido aún más en la época en la que se vive actualmente, de la misma manera es más difícil que, quienes realmente son los jefes de los servidores públicos, puedan exigir el cumplimiento de un código de ética, el acceso a redes sociales, teléfonos inteligentes que permiten grabar audios, videos y capturar imágenes e inclusive, con ayuda del internet, realizar transmisiones en vivo; todo esto ayuda a que el servidor se vea obligado a cumplir con sus funciones de manera correcta.

Sin embargo, esta no debe ser la razón principal para cumplir con los valores que juraron proteger con la promesa de salvaguardar a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, sino que debe ser la misma ética personal y los valores con los que han sido inculcados.

Es de gran importancia el que el servidor público no sólo conozca la importancia de actuar correctamente, sino que sea la misma conciencia quien demande el cumplimiento de su deber y el Gobierno solamente supervise la manera en la que ellos se manejan; es importante realizar cursos y talleres que recuerden a estos servidores por qué y para qué fueron elegidos: para realizar las funciones que les corresponden.

Si se plantean políticas que realmente puedan combatir la corrupción y la falta de transparencia que existe en el cumplimiento de los deberes del servidor público, quizás el país podrá mejorar de una manera tan notoria, que cumplir con las funciones no sólo será un deber, sino la forma de agradecer.

Bibliografía

Aguilar, L. (2000). Los Retos Actuales y de la Administración Pública en México. En J. L. Méndez, *Lecturas Básicas de Administración y Políticas Públicas.* México: El Colegio de México.

Behn, R. (2000). El Análisis de Políticas y la Política. En L. Aguilar, *El Estudio de las Políticas Públicas.* México: Porrúa.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicano. (2017). Mc Graw Hill.

Diego Bautista, Ó. (2001). La Ética en los Servidores Públicos. México: Tesis.

Lugo Verduzco, A. (2001). La Ética en el Servidor Público. En UNAM. México: UNAM.

Martínez, M. R. (1991). *Derecho Administrativo.* Harla.

Sociales, 2. I. (2001). Los mexicanos de los noventa. UNAM.

Transparency International. (2016). *Índice de Percepción de la Corrupción* . Transparency International.

APLICACIÓN ESTRATÉGICA DEL ISR A TRAVÉS DEL RIF PARA EL MICRO Y PEQUEÑO COMERCIANTE

Alyssa Marine Vásquez Vicente
Jorge Guadalupe Manuel Luna

Resumen

Para estar en condiciones de realizar una aplicación estratégica del Impuesto Sobre la Renta (ISR), debemos partir desde su naturaleza de contribución y, en este sentido, existen múltiples definiciones de lo que son las contribuciones, desde la que propone la Real Academia Española como "cuota o cantidad que se paga para algún fin, y principalmente la que se impone para las cargas del Estado" (RAE, 2017), o como "prestación obligatoria, comúnmente en dinero exigida por el estado en virtud de su poder de imperio y que da lugar a relaciones jurídicas de derecho público" (Giuliani, 1987), o como "las prestaciones en dinero o en especie que el estado exige en ejercicio de su poder de imperio con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus funciones" (Garza, 2001), por lo tanto, es posible decir que las contribuciones son las prestaciones en dinero que el Estado puede exigir con el objeto de poder cumplir con sus fines y satisfacer las necesidades de todos los ciudadanos, de donde se desprende una relación jurídico-tributaria, que por una parte son obligaciones (contribución) y por otra, son derechos (recaudación).

Esta obligación de pago de contribuciones en nuestro país se plasma en la Carta Magna, en su artículo 31 fracción IV, precepto en el cual se establecen los principios de legalidad, vinculación al gasto público, proporcionalidad y equidad.

> *Estos principios son límites al poder discrecional estatal, de asegurar mediante la colaboración de quienes más tienen los derechos de todos... Principios son normas que ordenan que algo sea realizado en la mayor medida posible, dentro de las posibilidades jurídicas y reales existentes (Burgoa, 2012).*

A partir de lo anterior, los principios inmersos en la naturaleza de la contribución, no soslayan, ni deben estar por encima de las posibilidades jurídicas y reales existentes de

quien contribuye, como es el caso del micro y pequeño comerciante, ya que este tipo de contribuyentes en su mayoría no cuentan con los conocimientos técnicos, estructurales, operacionales, de manejo y administración de recursos, aunado a lo anterior el RIF surge de la reforma a la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR) para el ejercicio 2014 en sustitución al Régimen de Pequeños Contribuyentes y al Régimen Intermedio aplicables a personas físicas.

Este nuevo régimen fiscal fue creado principalmente para quienes se dedican a actividades económicas, y bajo la justificación de "impulsar la economía, promover la formalidad, combatir la evasión y elusión fiscal y disminuir el enanismo fiscal que provocaban sus antecesores" (*Procuraduría de la Defensa del Contribuyente*, 2013). No así coadyuvar al desarrollo de este tipo de contribuyentes, ya que el nuevo régimen trajo consigo la implementación de nuevos esquemas en la determinación del ISR, la utilización de sistemas informáticos, aunado a la deficiente información proporcionada a las personas físicas que tributan o tributarán en el RIF tienen como resultado que los comerciantes "elijan operar de manera informal después de considerar la relación costo-beneficio" (Tejero, 2016). Situación que es reversible a través de una aplicación estratégica del ISR.

Palabras clave: RIF, Contribuciones, Comerciante, ISR.

Planteamiento del problema

Debido a la escasa y a la deficiente información proporcionada a las personas físicas que tributan o tributarán en el RIF, por las autoridades hacendarias, para cumplir con las obligaciones fiscales inherentes al ISR, ya que este tipo de contribuyentes en su mayoría no cuentan con los conocimientos técnicos, estructurales, operacionales, de manejo y administración de recursos, se genera una imposibilidad de beneficiarse de una aplicación estratégica del ISR y con ello acceder al máximo beneficio que la normatividad fiscal concede para este tipo de régimen.

Objetivo general

Analizar la determinación del ISR a través del RIF, con la finalidad de realizar una aplicación que genere una menor carga tributaria y la posibilidad de acceder a los beneficios que las leyes establecen y comprobar que, contrario a la exposición de motivos del Ejecutivo Federal, dicho régimen no fomenta la incorporación a la formalidad, ya que la determinación del ISR no es de forma sencilla lo que tiene como resultado una mayor carga tributaria y administrativa.

Metodología

Esta investigación se realiza bajo un enfoque mixto, ya que se efectuó desde un corte descriptivo y de tipo documental, pero también, a través de una aplicación cuantitativa de las leyes fiscales para determinar una aplicación del ISR y acceder a los máximos beneficios fiscales.

Antecedentes de la reforma de la LISR

Este régimen fiscal surge a través de la reforma a la LISR para el ejercicio 2014, como un nuevo esquema de tributación, dentro de la exposición de motivos para la creación de este régimen destacó:

1. Fomentar en las personas físicas el cumplimiento de sus obligaciones fiscales en un esquema que les permita cumplir fácilmente con sus obligaciones tributarias.
2. Disminuir el "enanismo fiscal"[22] del Régimen de Pequeños Contribuyentes.
3. Fomentar la creación de empresas en la formalidad, al mismo tiempo que se invita a los contribuyentes informales a regularizar su situación fiscal.
4. Combatir la evasión y elusión fiscal.

Lo anterior en aras de evitar que el comercio informal siga aumentando y como objetivo que se convierta en comercio formal, el gobierno federal ha realizado, entre otras

[22]Enanismo fiscal: se refiere a contribuyentes que poseen ingresos muy superiores a los declarados ante el fisco, sin embargo tributan en categorías para contribuyentes de menor ingreso.

actividades, modificaciones a las leyes fiscales. La principal modificación efectuada ha sido la creación del Régimen de Incorporación Fiscal en la (LISR, 2014), publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 11 de diciembre de 2013 para entrar en vigor a partir del 1 de enero de 2014, pretendiendo con ello aumentar el padrón de contribuyentes con un régimen que, como su nombre lo indica, incorporará nuevos contribuyentes (Gómez, 2015).

Bajo estos motivos se constituye el Régimen de Incorporación Fiscal, que sustituyó al REPECO y al Régimen Intermedio, por lo que a partir del 1° de enero de 2014 las personas físicas que tributaban como REPECO, automáticamente migraron al RIF. En el caso de las personas físicas del Régimen Intermedio debían presentar un aviso de actualización de actividades y obligaciones en la página de internet del SAT en la sección "Mi Portal", a más tardar el 31 de enero de 2014, de conformidad con la regla I.2.5.8. de la RMF para el ejercicio 2014 siempre y cuando los ingresos de sus actividades durante el ejercicio de 2013 no excedieran los dos millones de pesos.

Evolución del RIF desde su entrada en vigor

Con el transcurso del tiempo desde la promulgación del RIF hasta el ejercicio 2017 a través de las reformas a la LISR, así como las facilidades emitidas en la RMF, la autoridad ha venido esclareciendo y perfeccionando la norma, al permitir que las personas físicas que obtienen ingresos por otros conceptos y que tributan en otro u otros regímenes fiscales sean compatibles con el RIF. Como se muestra en el comparativo de requisitos para tributar en el RIF desde el ejercicio 2014 al 2017.

Tabla 1: Comparativo de requisitos para tributar en el RIF.

Concepto	**Ejercicio fiscal**			
Personas físicas que podrán optar por pagar el ISR conforme el RIF	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
Que realicen actividades empresariales, que enajenen bienes o presten servicios por los que no se requiera para su realización título profesional (RIF)	Sí	Sí	Sí	Sí
RIF + Ingresos por sueldos o salarios, asimilados a salarios	No	Sí	Sí	Sí

RIF + Ingresos por intereses	No	Sí	Sí	Sí
RIF + Socios o integrantes de las PM del Título III siempre que no perciban remanente distribuible.	Sí	Sí	Sí	Sí
RIF + Socios o integrantes de asociaciones deportivas que tributen en Título II siempre que no perciban ingresos de la PM	Sí	Sí	Sí	Sí
RIF + ingresos por arrendamiento y en general por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles	No	No	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia.

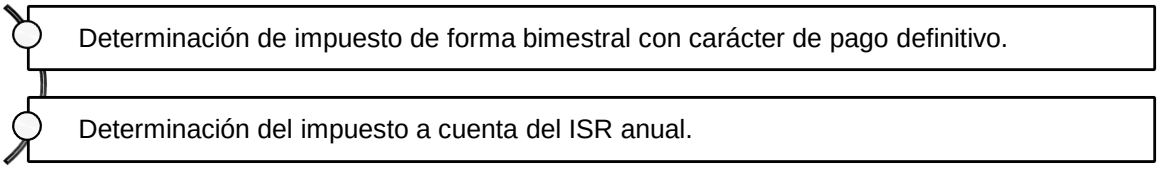
Como se puede apreciar en el comparativo, actualmente existe un mayor número de situaciones en las que una persona física que obtiene ingresos atribuibles a otros regímenes fiscales pueda contribuir con el RIF. No obstante, en estos casos, la tributación en el RIF es sólo respecto de los ingresos obtenidos por las actividades empresariales, enajenación de bienes y prestación de servicios no profesionales.

Así mismo, los contribuyentes que inicien actividades pueden optar por este régimen. A cuatro años de su publicación, el RIF presenta ambigüedades y modificaciones en su regulación, tal es el caso de cambios en la determinación del impuesto, es por ello, que este trabajo de investigación tiene como objetivo proporcionar herramientas que permitan al lector entender con fundamentos jurídicos, contables y económicos la determinación del ISR en este esquema y hacer una aplicación efectiva de él, buscando, en todo momento, que los micro y pequeños comerciantes se puedan beneficiar.

Determinación del ISR en el RIF

Una vez determinados los sujetos del régimen y aquellos que quedan exceptuados, resulta necesario clarificar la forma de la determinación del impuesto misma que para el ejercicio 2017 se establecen dos formas para la determinación del impuesto:

Figura 1: Formas para la determinación del ISR en RIF.



Fuente: Elaboración propia con base en el artículo 111 de la LISR.

Determinación del impuesto de forma bimestral con carácter de pago definitivo.

Los contribuyentes que opten por esta forma de determinación se encuentran obligados a declarar el impuesto en forma bimestral a más tardar el día 17 de los meses: marzo, mayo, julio, septiembre, noviembre y enero del año siguiente. Esta se realiza conforme a lo establecido en el sexto párrafo del artículo 111, mismo que prevé que para calcular el impuesto, primeramente se determinará la utilidad fiscal del bimestre de que se trate, conforme a lo siguiente:

Tabla 2: Determinación de la utilidad fiscal en el RIF.

Determinación de la utilidad fiscal conforme al artículo 111 de la LISR.	
	Ingresos totales del bimestre en efectivo, bienes y servicios.
Menos:	Deducciones autorizadas
Menos:	Erogaciones realizadas para la adquisición de activos, gastos y cargos diferidos
Menos:	Participación de los Trabajadores en las Utilidades de las Empresas (PTU) pagada en el ejercicio.
Menos:	Pérdidas de bimestres anteriores.
Igual	**Utilidad fiscal del bimestre**

Fuente: Elaboración propia con base en el artículo 111 de la LISR.

Una vez determinada la utilidad fiscal se procederá a la determinación del ISR, aplicando a la utilidad fiscal del bimestre la tarifa del décimo primer párrafo del artículo 111 de la (LISR, 2017), al resultado determinado después de la aplicación se le disminuirá el

impuesto conforme a la tabla del décimo tercer párrafo del artículo 111 de dicha ley, conforme a los años de tributación del contribuyente en el RIF.

Tabla 3: Determinación del impuesto en el RIF.

Determinación del impuesto en el RIF	
	Utilidad fiscal del bimestre
	Aplicación de la tarifa bimestral del décimo primer párrafo del artículo 111 de la LISR.
(=)	Impuesto determinado
	Aplicación de la disminución del impuesto conforme a la tabla del décimo tercer párrafo del artículo 111 de la LISR.
(=)	**ISR a cargo.**

Fuente: Elaboración propia con base en el artículo 111 de la LISR

Determinado el impuesto se podrá disminuir conforme a los porcentajes y de acuerdo al número de años que tenga el contribuyente tributando en el RIF acorde al décimo tercer párrafo del artículo 113 de la LISR, este beneficio consistía en que los contribuyentes en 2014 podían aplicar el 100% de reducción del ISR que determinaran, también durante el segundo año de tributación podían considerar el 100% de reducción de ISR, es decir, considerar como primer año de tributación en el RIF el segundo año en el que apliquen el 100% de la reducción del ISR, para estos efectos, del ejercicio 2015.

En este sentido, si durante 2015 aplicaron el 100%, para 2016 podrán aplicar el 90%, para 2017 el 80% y así sucesivamente, este beneficio de extensión de los porcentajes de reducción del ISR para los contribuyentes del RIF es aplicable para aquellos que se incorporaron a dicho régimen en el ejercicio 2014, es importante mencionar que una vez transcurrido el plazo de los 10 años, los contribuyentes deberán migrar al régimen general de personas físicas.

Determinación del impuesto a cuenta del ISR anual.

Con la reforma al artículo 111 para el ejercicio 2017, se establece una nueva forma de determinación del ISR a través de la determinación y aplicación del coeficiente de utilidad a los ingresos obtenidos, con la diferencia que, si se opta por esta forma de determinación, los pagos que se realicen tendrán el carácter de provisionales a cuenta de un ISR anual.

Los contribuyentes que opten por esta determinación, se encuentran obligados a declarar el impuesto en forma bimestral a más tardar el día 17 de los meses de marzo, mayo, julio, septiembre, noviembre, enero del año siguiente. Para la determinación de dichos pagos los contribuyentes determinarán el impuesto aplicando al ingreso acumulable del bimestre de que se trate, el coeficiente de utilidad determinado en los términos de lo dispuesto por el artículo 14 de la LISR por así establecerlo el último párrafo del artículo 111 de dicha ley.

No obstante, el artículo 14 de la LISR establezca las bases para la determinación de los pagos provisionales de las personas morales, este artículo también contempla en su fracción I, la determinación del cálculo del coeficiente de utilidad.

Independientemente que el último párrafo del artículo 111 de la LISR remita al artículo 14, para efectos de la determinación del coeficiente de utilidad para el RIF, se deberá calcular con la suma de las utilidades fiscales obtenidas en cada uno de los bimestres del ejercicio inmediato anterior y como ingresos nominales se considerará la suma de los ingresos de cada uno de los bimestres del mismo ejercicio, es decir, la determinación se realiza de la siguiente manera:

Figura 3: Determinación del coeficiente de utilidad en RIF.

$$\text{Coeficiente de utilidad} = \frac{\text{Suma de las utilidades fiscales obtenidas en cada uno de los bimestres del ejercicio inmediato anterior}}{\text{Suma de los ingresos de cada uno de los bimestres del ejercicio inmediato anterior}}$$

Fuente: Elaboración propia con base en el artículo 14 de la LISR y la regla 3.13.16 de la RMF2017

El coeficiente determinado se multiplicará por la totalidad de los ingresos obtenidos en el periodo, para la determinación de la utilidad fiscal del bimestre, al resultado se le podrá restar las pérdidas fiscales pendientes de disminuir generadas antes del ejercicio 2014. Como se muestra a continuación:

Figura 4: Determinación de la utilidad fiscal

	Ingresos acumulables del periodo
Por	Coeficiente de utilidad
Igual	**Utilidad fiscal**
menos	Pérdidas de ejercicios anteriores a 2014
Igual	**Base para la determinación del ISR**

Fuente: Elaboración propia.

Al resultado obtenido del cálculo anterior se le aplicará la tarifa acumulada, contenida en el anexo 8 de la RMF, aplicable a los pagos provisionales del bimestre de 2017 para contribuyentes del Título IV, Capítulo II, Sección II de la LISR. El ISR se determina de acuerdo con lo siguiente:

Tabla 4: Determinación del impuesto en el RIF.

Determinación del impuesto en el RIF	
	Utilidad fiscal del bimestre
	Aplicación de la tarifa bimestral acumulada del anexo 8 de la RMF 2017
(=)	Impuesto determinado
menos	Acreditamiento de los pagos provisionales bimestrales del mismo ejercicio efectuados con anterioridad
menos	Retenciones de ISR
	Aplicación de la disminución del impuesto conforme a la tabla del décimo tercer párrafo del artículo 111 de la LISR.
(=)	**ISR provisional bimestral a cargo.**

Fuente: Elaboración propia con base en el artículo 111 de la LISR.

Los contribuyentes que hayan optado por determinar sus pagos bimestrales a cuenta del impuesto anual determinarán dicho impuesto conforme lo establece la regla 3.3.17 de la RMF del ejercicio 2017, la cual se describe a continuación:

1. La utilidad fiscal se obtendrá disminuyendo de los ingresos acumulables obtenidos en el ejercicio, las deducciones autorizadas efectuadas en el mismo ejercicio y la participación de los trabajadores en las utilidades pagadas en el ejercicio, en términos del artículo 123 de la CPEUM.
2. A la utilidad fiscal del ejercicio, se le podrá restar, en su caso, la pérdida fiscal de ejercicios anteriores a 2014, a dicho resultado se le aplicará la tarifa establecida en el artículo 152 de la LISR, sin acumular los ingresos a que se refiere el cuarto párrafo del artículo 111 (salarios, ingresos por arrendamiento e intereses).
3. Al impuesto determinado conforme a los numerales anteriores se le podrán disminuir los porcentajes de reducción establecidos en el décimo primer párrafo del artículo 111 de la LISR de acuerdo al ejercicio fiscal en el que se encuentren tributando en el citado régimen.
4. Al impuesto reducido, se podrán acreditar los pagos provisionales bimestrales efectuados con anterioridad durante el ejercicio.

No obstante, la regla 3.3.17 de la RMF en su último párrafo instaure que los contribuyentes que opten por esta forma de determinación del ISR no podrán disminuir a los ingresos, las deducciones personales que se constituyen en el artículo 151 de la LISR, esta regla no es aplicable.

Resultados

Con la finalidad de demostrar que la determinación del ISR para el ejercicio 2017 a través del RIF no es sencilla y que, de una opción de determinación a otra existe, una diferencia cuantificable en términos monetarios del impuesto a cargo, situación que puede beneficiar al contribuyente si se realiza una correcta aplicación y una elección correcta en la forma de determinación del ISR se realizan los cálculos aritméticos, por lo anterior se plantea el siguiente caso práctico, mismo que toma como base los ingresos percibidos en 2016 por la

C. María del Socorro, contribuyente del RIF desde el ejercicio 2014 y los siguientes aspectos:

- La contribuyente en el ejercicio 2015 no superó el límite de los 2 millones, por lo que puede continuar en el RIF.
- La contribuyente determinó su pago provisional definitivo conforme el artículo 111 de la LISR.
- La contribuyente para el ejercicio 2016 puede disminuir el 80% de ISR, conforme los números de años que lleva tributando en el RIF.

Lo anterior se puede apreciar en el consecutivo de ingresos 2016 que se muestra a continuación:

Tabla 5: Consecutivo de ingresos 2016

Contribuyente	María Socorro
RFC	CABS7204UG0
Ejercicio	2016

Consecutivo de ingresos 2016	1er bimestre	2do bimestre	3er bimestre	4to bimestre	5to bimestre	6to bimestre	Acumulado
Ingresos	100,000.00	75,000.00	150,000.00	200,000.00	100,000.00	125,000.00	**750,000.00**
Deducciones	50,000.00	50,000.00	130,000.00	125,000.00	75,000.00	80,000.00	**510,000.00**
Utilidad	50,000.00	25,000.00	20,000.00	75,000.00	25,000.00	45,000.00	**240,000.00**

Fuente: ingresos declarados ante SAT de CABS720412UG0

No obstante, en el ejercicio 2016 se haya calculado su impuesto como pago bimestral definitivo de conformidad con la normatividad vigente, para efectos de comparación y comprobación de este estudio se toman estos mismos valores, pero aplicados a la forma de determinación provisional del ISR, para determinar si existe una variación de una forma a otra en el impuesto a cargo.

La contribuyente aplicaba la normatividad vigente en 2016 para la determinación como pago bimestral definitivo del ISR, mismo que fue declarado ante el SAT conforme lo siguiente:

Tabla 6: Determinación de ISR 2016 (1er y 2do bimestre).

Contribuyente: María Socorro Caravantes Bandillo
RFC: CABS7204UG0
Ejercicio

Determinación del ISR bimestral definitivo						
Concepto	**enero**	**febrero**	**1er bimestre**	**marzo**	**abril**	**2do bimestre**
Ingresos por ventas a clientes especificos	5,000.00	25,000.00	**30,000.00**	12,900.00	21,200.00	**34,100.00**
Ingresos público en general	20,000.00	50,000.00	**70,000.00**	15,100.00	25,800.00	**40,900.00**
Ingresos nominales acumulables	**25,000.00**	**75,000.00**	**100,000.00**	**28,000.00**	**47,000.00**	**75,000.00**
Compras	10,400.00	19,000.00	29,400.00	18,400.00	9,250.00	27,650.00
Devoluciones sobre compras	-	-	-	-	-	-
Inversiones	-	-	-	-	-	-
Gastos de administración	2,000.00	9,900.00	11,900.00	7,400.00	6,350.00	13,750.00
Gastos de venta	1,000.00	4,750.00	5,750.00	2,000.00	1,100.00	3,100.00
Gastos financieros	100.00	200.00	300.00	150.00	150.00	300.00
Otros gastos	-	5,650.00	5,650.00	2,600.00	3,000.00	5,600.00
No deducibles	-	3,000.00	3,000.00	180.00	220.00	400.00
Deducciones autorizadas	**13,500.00**	**36,500.00**	**50,000.00**	**30,370.00**	**19,630.00**	**50,000.00**
Utilidad fiscal	11,500.00	38,500.00	50,000.00			25,000.00
Base gravable			**50,000.00**			**25,000.00**
Límite inferior			41,540.59			20,596.71
Excedente sobre el límite inferior			8,459.41			4,403.29
Tasa			23.52%			21.36%
Impuesto marginal	-	-	1,989.65	-	-	940.54
Cuota fija			6,654.84			2,181.22
Impuesto a cargo	**-**		8,644.49			3,121.76
Porcentaje de reducción por num de años			80.00%			80.00%
Cantidad a reducir			6,915.59			2,497.41
Impuesto a cargo			**1,728.90**			**624.35**

Fuente: Elaboración propia con base en ingresos y aplicación de la LISR.

De igual forma para los siguientes bimestres. Es decir la aplicación anterior se utilizó para el ingreso percibido en todo el ejercicio.

Para mostrar este comparativo se realiza el cálculo con la forma de pago provisional, por tanto primeramente, determinamos el coeficiente de utilidad a partir de los ingresos 2015[23] como lo establece la norma.

Tabla 7: Determinación del coeficiente de utilidad.

Determinación del coeficiente de utilidad
Contribuyente María Socorro Caravantes Bandillo
RFC CABS7204UG0
Ejercicio 2016

Consecutivo de ingr	**1er Bimestre**	**2do Bimestre**	**3er bimestre**	**4to bimestre**	**5to bimestre**	**6to bimestre**	**acumulado**
Ingresos	140,000.00	80,000.00	120,000.00	100,000.00	80,000.00	95,000.00	**615,000.00**
Deducciones	60,000.00	45,000.00	95,000.00	90,000.00	55,000.00	40,000.00	**385,000.00**
Utilidad	80,000.00	35,000.00	25,000.00	10,000.00	25,000.00	55,000.00	**230,000.00**

Coeficiente de utilidad	Suma de las utilidades fiscales obtenidas en cada uno de los bimestres del ejercicio inmediato anterior	(=)	**230,000.00**	(=)	**0.37398**
	Suma de los ingresos de cada uno de los bimestres del ejercicio inmediato anterior		**615,000.00**		

Fuente: Elaboración propia con base en el artículo 14 del CFF.

[23] Se toman los ingresos de 2015 para efectuar la comparación, no obstante este tipo de determinación sea aplicable para el ejercicio 2016 y subsecuentes conforme la normatividad aplicable.

Una vez determinado el coeficiente se procede a la determinación del ISR bimestral provisional conforme lo establece la normatividad del ejercicio 2017, con los mismos datos del ejercicio 2016.

Determinado el ISR de ambas formas se realiza una comparación de los resultados donde se observa que el pago provisional genera un ahorro para el contribuyente, pero lo obliga a la presentación de la declaración anual.

Tabla 8 Comparativo de impuesto calculado

Contribuyente	María Socorro Caravantes Bandillo
RFC	CABS7204UG0
Ejercicio	2016

Consecutivo de ingresos	1er bimestre	2do bimestre	3er bimestre	4to bimestre	5to bimestre	6to bimestre	acumulado
Ingresos	100,000.00	75,000.00	150,000.00	200,000.00	100,000.00	125,000.00	**750,000.00**
Deducciones	50,000.00	50,000.00	130,000.00	125,000.00	75,000.00	80,000.00	**510,000.00**
Utilidad	50,000.00	25,000.00	20,000.00	75,000.00	25,000.00	45,000.00	**240,000.00**
ISR bimestral determinado de forma definitiva	1,728.90	624.35	414.86	3,028.36	624.35	1,493.70	**7,914.52**
ISR bimestral determinado de forma provisional	1,154.01	210.86	831.74	1,033.63	0.00	0.00	
ISR Anual							**6,944.88**
Diferencia porcentual							**12%**

Fuente: Elaboración propia con base en la LISR.

Aunado a lo anterior, el contribuyente puede incluir en la determinación del ISR anual las deducciones personales.

Conclusiones

De lo expuesto anteriormente resulta viable concluir que ha quedado demostrado que el RIF, sí establece beneficios fiscales que resultan atractivos para los contribuyentes que desean incorporarse en este régimen pero que sepan realizar una aplicación correcta de la ley en la determinación de la contribución.

No obstante, también resulta evidente que el cálculo para la determinación del ISR en sus dos formas no es un cálculo sencillo,

> *"si el pago del impuesto fuera fácil no existiría especialización, es tan complejo el pago del impuesto que ni la autoridad hacendaria sabe cómo cobrar, ni el gobernador sabe cómo pagar, es tan complejo que la SCJN debe intervenir en estas diferencias y determinar qué es lo que establece la ley" (Castillo, 2008).*

Pues aunque se trata de operaciones aritméticas básicas, el análisis e interpretación de las leyes que lo regulan requiere conocimientos técnicos y fiscales adicionales. Aunado a esto, en nuestro país no existe una cultura del pago del tributo, todos pensamos que pagar el impuesto es caro, por lo que el ciudadano no está acostumbrado a planear el pago de su impuesto, "el empresario piensa que planear el pago del tributo es dejar de pagar el impuesto y esto no es así, el hacer una planeación fiscal implica que el empresario va a pagar sus impuestos correctamente dentro de un marco jurídico, es decir, pagar lo justo" (Castillo, 2008).

Es por esto, por lo que para poder obtener el mayor beneficio que la normatividad establece para este régimen fiscal, se debe generar una aplicación estratégica de la LISR a través del RIF.

Bibliografía

Burgoa, C. A. (2012). *Principios Tributarios*. México: Dofiscal.

Castillo, V. (2008), Entrevista MRCI: Realidad Oaxaca en *YouTube MX*. Recuperado el 20 de diciembre de 2017, https://www.youtube.com/watch?v=ye6pXkoGZmk. Min 3

Garza, S. F. (2001). *Derecho Financiero Mexicano*. México: Porrúa

Giuliani, C. M. (1987). *Derecho Financiero*. Buenos Aires: Depalma

Gomez, M. S. (2015). Reforma Hacendaria: la importancia del Régimen de Incorporación Fiscal como medida de desarrollo económico en México y posibles impactos. En *el Cotidiano*, 190, pp. 71-76. Recuperado el 10 de noviembre de 2017, de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32536845008

Ley del Impuesto Sobre la Renta [LISR] (2014). México: Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión. Última reforma DOF: 30-11-2016. Recuperado el 13 de enero de 2018, de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LISR_301116.pdf

Lobato, R. R. (1998). *Derecho Fiscal.* México: Oxford University Press.

Procuraduría de la Defensa del Contribuyente Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (2013). Régimen de Incorporación Fiscal documento técnico. Recuperado diciembre 2013 de http://imcp.org.mx/wp-content/uploads/2014/02/ANEXO-5-NOTICIAS-FISCALES-55.pdf

Real Academia Española (2017). Contribución en *Diccionario de la lengua española*. Madrid: RAE. Recuperado el 14 de octubre de 2017, de http://dle.rae.es/?id=AeJZFYT

Tejero, P.C (2016). Régimen de incorporación fiscal: análisis de su efectividad en la reducción de la informalidad: Universidad Autónoma de México XXI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e informática.

DIRECTORIO

Dr. Eduardo Carlos Bautista Martínez
Rector

C.P. Hilarino Aragón Matías
Contralor General

Lic. Daniel Jiménez Arango
Abogado General

M.E. Leticia Eugenia Mendoza Toro
Secretaria General

Mtro. Javier Martínez Marín
Secretario Académico

Dr. Taurino Amilcar Sosa Velasco
Secretario Administrativo

C.P. Verónica Esther Jiménez Ochoa
Secretaria de Finanzas

Dr. Aristeo Segura Salvador
Secretario de Planeación

M. en V. Enrique Mayoral Guzmán
Secretario Técnico

M. F. Jhovani Omar Cabrera Ramos
Director de la F. C. A.