

QUINTERO MACIEL | QUEVEDO HUERTA (COORDS.)

Gestión empresarial en las instituciones de educación superior para la calidad y la pertinencia



EDITORIAL
UNIVERSITARIA

Centro Universitario
de Ciencias Económico
Administrativas

Universidad
de Guadalajara

QUINTERO MACIEL | QUEVEDO HUERTA (coords.)

Gestión empresarial en las instituciones de educación superior para la calidad y la pertinencia

Gestión empresarial en las instituciones de educación superior para la calidad y la pertinencia / Quintero Maciel, Quevedo Huerta, coords. ; Axel Didriksson Takayanagui... [et al.]. -- 1a ed. - Guadalajara, Jalisco : Editorial Universitaria : Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, 2016.
486 p. : il. ; 23 cm. - (Colección Monografías de la Academia)
Incluye referencias bibliográficas
ISBN 978 607 742 672 1
1. Educación Superior-Administración-México 2. Universidades-Administración-México I. Quintero Maciel, Bertha Yolanda, coord. II. Quevedo Huerta, Lourdes Nayeli, coord. III. Serie
378.109 72 .G39 DD21
LB2341 .G39 LC

QUINTERO MACIEL | QUEVEDO HUERTA (coords.)

Gestión empresarial en las instituciones de educación superior

para la calidad y la pertinencia



EDITORIAL
UNIVERSITARIA

Centro Universitario
de Ciencias Económico
Administrativas

**Universidad
de Guadalajara**



Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla
Rectoría General

Miguel Ángel Navarro Navarro
Vicerrectoría Ejecutiva

José Alfredo Peña Ramos
Secretaría General

José Alberto Castellanos Gutiérrez
Rectoría del Centro
Universitario de Ciencias
Económico Administrativas

José Antonio Ibarra Cervantes
Corporativo de Empresas Universitarias

Sayri Karp Mitastein
Dirección de la Editorial Universitaria

Primera edición, 2016

D.R. © 2016, Universidad de Guadalajara



Editorial Universitaria
José Bonifacio Andrada 2679
Colonia Lomas de Guevara
44657 Guadalajara, Jalisco

01 800 834 54276
www.editorial.udg.mx

ISBN 978 607 742 672 1

Noviembre de 2016

Hecho en México
Made in México

Coordinadores

Bertha Yolanda Quintero Maciel, Lourdes Nayeli
Quevedo Huerta

Textos

© Axel Didriksson Takayanagui, Felipe de Jesús Montaña Cervantes, Azucena Cortés Macías, Laura Milán Espinosa, Bogar García Martínez, Laura Romo Rojas, Rosalba Martínez Hernández, Carlos González López, María del Pilar Pastor Pérez, Ignacio Villegas Flores, José Othón Huerta Herrera, Ana María Díaz Castillo, Rafael Hernández León, Jesús Martín Cadena Badilla, Ramón Arturo Vega Robles, Ruth Josefina Alcántara Hernández, Juan Gabriel Figueroa Velázquez, Joel Ramírez Ortega, Felipe de Jesús Salvador Leal Medina, Roberto González Acolt, Alfredo Pérez Paredes, Ricardo Paredes Solorio, Amado Torralba Flores, Jesús Francisco Mellado Siller, Edith Reyes Ruiz, Adriana Méndez Wong, Luis Chávez Guzmán, Ramón Cantú Cuellar, Brenda Isabel Pérez Méndez, Leticia del Carmen Encinas Meléndez, María Lizett Zolano Sánchez, Ramona Ignacia Borquez Corona, Karimen Zamora Sandoval, María Isabel Enciso Ávila, Félix Barrios Medina, María Enriqueta López Salazar, José Guadalupe Vargas Hernández, Carmen Leticia Borrayo Rodríguez, Adrián de León Arias, Andrés Valdés Zepeda, Carlos Iván Moreno Arellano, José Luis Granados Sánchez, Doris Veraly Carrillo López, Mayra Josefa Barradas Viveros, David Gómez Sánchez, Héctor López Gama, Jorge Horacio González Ortiz, Luis Enrique Valdez Juárez, Dania Elisa Félix García, María del Rosario Quintanar Gallardo, José Luis León Villa, Elva Alicia Ramos Escobar, Eduardo Muñoz Bautista, Sofía Emilia López García, Arlene Cerón Islas, Luz Evelia Padilla Bernal, Elivier Reyes Rivas, José Roberto González Hernández, Aída Teresa Segovia Peñúñuri, Luz María Quevedo Monjarás, Esther Castañón Nieto, Eloisa Guadalupe García Sáenz, Katya Paola Hernández Ruiz.

Se prohíbe la reproducción, el registro o la transmisión parcial o total de esta obra por cualquier sistema de recuperación de información, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, existente o por existir, sin el permiso por escrito del titular de los derechos correspondientes.

En la formación de este libro se utilizaron las familias tipográficas Minion Pro, diseñada por Robert Slimbach, y Ronnia, diseñada por Veronika Burian y José Scaglione.

Índice

Presentación

Gestión en Instituciones de Educación Superior

AXEL DIDRIKSSON TAKAYANAGUI

Gestión e innovación para la calidad educativa

Un referente trascendental en la pertinencia de las IES. ¿Qué tan satisfechos están los académicos?

FELIPE DE JESÚS MONTAÑO CERVANTES

AZUCENA CORTÉS MACÍAS

Competencias para la vida en el siglo XXI, a través de la educación. Una revisión teórica

LAURA MILÁN ESPINOSA

BOGAR GARCÍA MARTÍNEZ

LAURA ROMO ROJAS

Gestión estratégica en las instituciones de educación superior: experiencia de un proceso de planeación participativa

ROSALBA MARTÍNEZ HERNÁNDEZ

CARLOS GONZÁLEZ LÓPEZ

PILAR PASTOR PÉREZ

IGNACIO VILLEGAS FLORES

Los estímulos docentes y la evaluación por los alumnos, una contradicción. El caso de una universidad pública mexicana

JOSÉ OTHÓN HUERTA HERRERA

Itinerarios formativos, profesionales y vitales de los estudiantes de doctorado en la Universidad de Guadalajara

ANA MARÍA DÍAZ CASTILLO

La micro, pequeña y mediana empresa (miPyME)

Validez factorial de un estudio diagnóstico de medición de la orientación al mercado de los hoteles pymes del estado de Sonora

RAFAEL HERNÁNDEZ LEÓN

JESÚS MARTÍN CADENA BADILLA

RAMÓN ARTURO VEGA ROBLES

El sistema de calidad como ventaja sostenible en las micro y pequeñas empresas

RUTH JOSEFINA ALCÁNTARA HERNÁNDEZ

JUAN GABRIEL FIGUEROA VELÁZQUEZ

JOEL RAMÍREZ ORTEGA

Avances del financiamiento verde para PyMEs

FELIPE DE JESÚS SALVADOR LEAL MEDINA

ROBERTO GONZÁLEZ ACOLT

LAURA ROMO ROJAS

Medición del emprendurismo en el municipio de Puebla

ALFREDO PÉREZ PAREDES

RICARDO PAREDES SOLORIO

AMADO TORRALBA FLORES

El uso de las tecnologías de información y comunicación en las PyMEs de Saltillo

JESÚS FRANCISCO MELLADO SILLER

EDITH REYES RUIZ

ADRIANA MÉNDEZ WONG

ALUMNA PARTICIPANTE: ELOÍSA GUADALUPE GARCÍA SÁENZ

Finanzas y contabilidad

Finanzas personales: determinación de las cualidades ideales de un patrimonio y las acciones tendientes a formarlo

LUIS CHÁVEZ GUZMÁN

RAMÓN CANTÚ CUÉLLAR

Propuesta para una herramienta financiera de diagnóstico de la sustentabilidad en una empresa del sector de la construcción en el estado de Aguascalientes

BRENDA ISABEL PÉREZ MÉNDEZ

FELIPE DE JESÚS SALVADOR LEAL MEDINA

ROBERTO GONZÁLEZ ACOLT

Innovaciones organizacionales

Análisis del impacto del coaching empresarial

LETICIA DEL CARMEN ENCINAS MELÉNDREZ

MARÍA LIZETT ZOLANO SÁNCHEZ

RAMONA IGNACIA BÓRQUEZ CORONA

Modelo de financiamiento para las universidades públicas estatales en México. Elementos para formular una propuesta

KARIMEN ZAMORA SANDOVAL

Descentralización de la oferta educativa como estrategia para ampliar la cobertura con equidad

MARÍA ISABEL ENCISO ÁVILA

FÉLIX BARRIOS MEDINA

MARÍA ENRIQUETA LÓPEZ SALAZAR

Análisis crítico sobre nuevo institucionalismo y su impacto en la nueva política social

JOSÉ G. VARGAS HERNÁNDEZ

CARMEN LETICIA BORRAYO RODRÍGUEZ

ADRIÁN DE LEÓN ARIAS

ANDRÉS VALDEZ ZEPEDA

CARLOS IVÁN MORENO ARELLANO

Gestión en la mercadotecnia y turismo

Estudio de mercados para un Centro de Estimulación Prenatal en Chetumal, Quintana Roo

JOSÉ LUIS GRANADOS SÁNCHEZ

DORIS VERALY CARRILLO LÓPEZ

MAYRA JOSEFA BARRADAS VIVEROS

Diagnóstico de los consumidores mexicanos desde la perspectiva de mercadotecnia de la salud

ADRIANA MÉNDEZ WONG

EDITH REYES RUIZ

JESÚS FRANCISCO MELLADO SILLER

ALUMNA COLABORADORA: KATYA PAOLA HERNÁNDEZ RUIZ

Competencias del egresado de la licenciatura en Mercadotecnia, el caso de la UASLP-UAMZM

DAVID GÓMEZ SÁNCHEZ

HÉCTOR LÓPEZ GAMA

JORGE HORACIO GONZÁLEZ ORTIZ

La RSE, y la relación con la imagen corporativa en las empresas multinacionales extranjeras del sur de Sonora

LUIS ENRIQUE VALDEZ JUÁREZ

DANIA ELISA FÉLIX GARCÍA

ELVA ALICIA RAMOS ESCOBAR

Memorias de las prácticas profesionales, una nueva opción de titulación para la licenciatura en

Mercadotecnia de la Universidad de Sonora, Campus Caborca

MARÍA DEL ROSARIO QUINTANAR GALLARDO

JOSÉ LUIS LEÓN VILLA

Demanda de estudios de la maestría en Mercadotecnia en la UAEH

EDUARDO MUÑOZ BAUTISTA

SOFÍA EMILIA LÓPEZ GARCÍA

ARLEN CERÓN ISLAS

Implicaciones institucionales y culturales en el análisis de la internacionalización de las empresas multinacionales

JOSÉ G. VARGAS HERNÁNDEZ

Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por las MyPyMES (hoteles) en Sonora

RAMÓN ARTURO VEGA ROBLES

IESÚS MARTÍN CADENA BADILLA

RAFAEL HERNÁNDEZ LEÓN

Desarrollo sustentable y responsabilidad social

Hacia la determinación de la rentabilidad e impacto ambiental en la agricultura protegida

LUZ E. PADILLA BERNAL

ELIVIER REYES RIVAS

JOSÉ ROBERTO GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

La educación superior para la sustentabilidad: reflexiones sobre las necesidades de cambio, retos y adecuaciones en las instituciones de educación superior en México

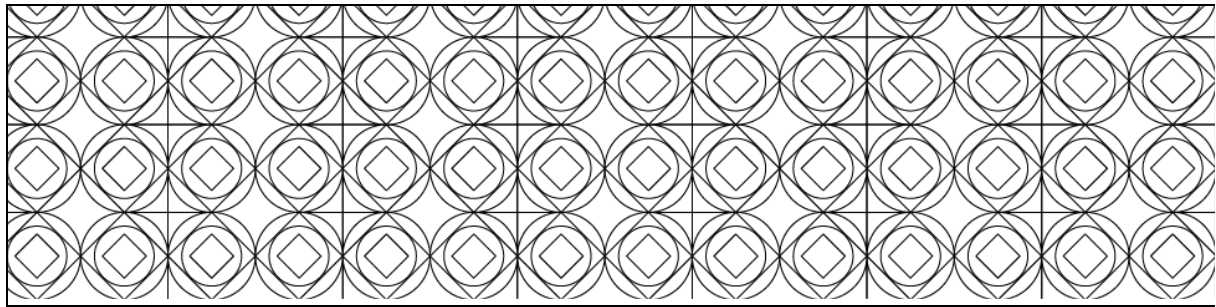
ÁIDA TERESA SEGOVIA PEÑÚÑURI

La incorporación de la perspectiva de género en las políticas públicas del medio ambiente y de desarrollo sustentable

LUZ MARÍA QUEVEDO MONJARÁS

LAURA ROMO ROJAS

ESTHER CASTAÑÓN NIETO



Presentación

La conciencia del ser universitario surge cada vez con mayor fuerza, no solo en la inquietud del joven de hoy por ser más, sino en el seno de las mismas instituciones de educación superior, quienes, preocupadas por su quehacer, voltean hacia su interior en un afán de búsqueda y superación que quiere ser crítico y permanente.

Esta preocupación, latente en la Universidad de Guadalajara y presente en el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA), le ha propiciado el reto de ubicarse como un centro universitario a la vanguardia en sus actividades dentro del proceso enseñanza-aprendizaje, como lo demostró en la organización de la 9ª Cátedra Nacional de Contabilidad y Administración “Agustín Reyes Ponce”, los días 28 a 30 de mayo y 12 a 14 de noviembre del 2014.

En esa ocasión, se realizaron una serie de actividades académicas de gran relevancia durante las cuales se puso de manifiesto la importancia, actualidad y trascendencia de la gestión en las instituciones de educación superior para la calidad y la pertinencia, tema, precisamente, de dicho evento.

Producto de esos encuentros, aportaciones, experiencias, así como vivencias muy enriquecedoras, es el presente libro. A continuación, mencionaremos algunos de los temas más relevantes.

Es importante destacar, en primer término, los objetivos planteados: vigorizar líneas de generación y aplicación del conocimiento, y fortalecer a los cuerpos académicos relacionados con las temáticas; involucrar, al menos, 100 investigadores y 200 académicos y alumnos, y también a otros centros universitarios; fomentar intercambios entre estudiantes y académicos para desarrollar investigación, trabajo en redes, impulsar la cooperación y generar publicaciones producto de la cátedra.

Entre los principales temas enfocados hacia la gestión, la animación, con la mira puesta en la calidad educativa, mencionaremos los siguientes:

- Planeación participativa, requisito indispensable para el compromiso comunitario.
- Fortalecimiento de los itinerarios de los estudiantes de Doctorado.
- Impulso a la satisfacción laboral de los académicos.
- Examinar y, en su caso, actualizar la evaluación de los académicos.
- Replantear los métodos de enseñanza para mejorar el aprendizaje.
- Considerar los estándares de calidad para la mejora continua.
- Reforzar, con eficiencia, el factor ecológico.
- Impulsar, en todos los ámbitos, el uso de las TIC.
- Reforzar el coaching empresarial a fin de fortalecer la relación aprendizaje-realidad laboral.
- Descentralizar la oferta educativa para lograr la equidad.
- Diversificar el financiamiento de las IES.
- Relacionar estudios de mercado con la demanda de carreras.
- Evidenciar las implicaciones de las IES en la internacionalización.
- Fortalecer la equidad de género para lograr la sustentabilidad.

Cabe señalar que las Cátedras del Consorcio de Universidades Mexicanas (CUMEX), tienen como objetivo la consolidación del espacio común de la enseñanza, investigación, innovación y desarrollo científico y tecnológico, para que de esta manera se propicie el establecimiento de redes de trabajo y producción colegiada dentro y fuera del país.

Por esta razón, durante 9ª Cátedra Nacional CUMEX se propició un espacio de encuentro entre especialistas para presentar, analizar y discutir avances y resultados de investigaciones en los campos de la contabilidad y la administración desde sus distintas vertientes, considerando principalmente la gestión e innovación para la calidad educativa y el desarrollo sustentable.

A continuación, se presenta un breve resumen clasificado por temas, de los trabajos

abordados durante este magno evento con la intención de mostrar la relevancia para el desarrollo en las diversas áreas de interés:

Gestión e Innovación para la Calidad Educativa

Gestión estratégica en las Instituciones de Educación Superior (IES): Experiencia de un proceso de planeación participativa

Este trabajo analiza el caso de estudio de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, donde se vuelve de vital importancia la participación de la comunidad y diferentes actores universitarios en los ejercicios de planeación, considerando a la gestión estratégica como elemento fundamental para la adecuada planeación de los procesos educativos en las Instituciones de Educación Superior.

Itinerarios formativos, profesionales y vitales de los estudiantes de Doctorado de la Universidad de Guadalajara (UdeG)

Este estudio considera al estudiante de doctorado como unidad de análisis, y propone que es posible distinguir, a partir de sus itinerarios, la trayectoria que eventualmente estará siguiendo. Los itinerarios de los estudiantes de doctorado, permiten construir una tipología de programas de doctorado y estudiantes que los conforman.

Un referente trascendental en la pertinencia de las les. Qué tan satisfechos están los académicos

Presenta un estudio empírico que aborda el tema de la satisfacción laboral de los académicos. Metodológicamente se aproxima al tema a través de la aplicación de cuestionarios y su respectivo análisis. Como conclusión se destaca la importancia de la satisfacción laboral como insumo fundamental para la elaboración de la política interna en las universidades.

Los estímulos docentes y la evaluación por los alumnos, una contradicción. El caso de una universidad pública mexicana

El trabajo aborda la débil relación entre la evaluación de los profesores por parte de los estudiantes y los programas institucionales de estímulos a los docentes. Entre los resultados obtenidos se expone que existen otras variables para la obtención de estímulos académicos como la antigüedad, el grado académico y la pertenencia a cuerpos académicos.

Perspectivas y expectativas de los docentes respecto al desempeño de los estudiantes en la Universidad de Sonora, Campus Santa Ana y Caborca, Sonora

Se muestra un estudio empírico con la finalidad de identificar, desde la perspectiva de los académicos, los factores más importantes asociados al bajo rendimiento académico y a la deserción escolar. Como principal hallazgo, los docentes coinciden en que es necesario replantear los métodos de enseñanza para mejorar el desempeño de los estudiantes.

Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MiPyMES)

El sistema de calidad como ventaja sostenible en las micro y pequeñas empresas

Se conciben a los sistemas de calidad y la cultura organizacional, como elementos de especial trascendencia para la supervivencia de estas organizaciones en el libre mercado y el cumplimiento de la demanda social. La adopción de estándares de calidad garantiza que los procesos con los que se trabajen tengan un enfoque hacia la mejora continua.

Avances del financiamiento verde para Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) en México

Se presenta como eje de análisis la responsabilidad de actores públicos y privados frente al cambio climático y el aún insuficiente financiamiento verde para las PyME's en México. Se argumenta que este fenómeno no es responsabilidad únicamente de las grandes empresas y que los financiamientos verdes siguen siendo un freno para lograr que las pequeñas y medianas empresas contribuyan al freno de la degradación, deforestación y consecuencias negativas que representa el cambio climático para la humanidad.

El uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (tic) y las MiPyMES en Saltillo

Se presenta la forma como las medianas y pequeñas empresas hacen uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la ciudad de Saltillo, destacando que son las empresas de corte industrial las que hacen el mayor uso de ellas, implementándolas en todos sus procesos, desde la adquisición de insumos hasta la distribución de sus bienes y servicios. Se presenta a manera de conclusión una caracterización del uso que cada tipo de empresa le dan a las TIC.

Innovaciones organizacionales

Análisis del impacto del *coaching* empresarial

Se analiza el impacto del coaching empresarial en las empresas afiliadas a CANACINTRA en Hermosillo, Sonora, al cual se le reconoce como un proceso moderno y efectivo que optimiza el desempeño de las empresas; entre los beneficios empresariales se incluyen: incremento en las ventas, mejora de las prestaciones, reducción de las horas de trabajo y equilibrio entre la vida personal y laboral.

Descentralización de la oferta educativa como estrategia para ampliar la cobertura con equidad

En el campo de la innovación en las instituciones educativas, se aborda el análisis de los procesos de descentralización de la oferta educativa como estrategia para ampliar la cobertura con equidad en la Universidad de Guadalajara; no obstante, se concluye que los polos de desarrollo no son determinantes en la decisión del aspirante para elegir una carrera.

Modelo de financiamiento para las universidades públicas estatales en México. Elementos para formular una propuesta

En este mismo ámbito de las innovaciones en las instituciones de educación superior, se presenta un estudio sobre la problemática del financiamiento en las universidades públicas estatales, destacando la cada vez más urgente necesidad de diversificar las fuentes de financiamiento y la consigna de transparentar el uso de los recursos públicos. En ese sentido, se hace una propuesta para hacer sustentable el esquema de financiamiento universitario.

Gestión en la mercadotecnia y turismo

Demanda de estudios de la maestría en Mercadotecnia en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Se aborda el tema de la relevancia que tienen los estudios de mercado, no sólo para organizaciones privadas de bienes y servicios, sino también para las instituciones de educación superior (IES), a partir de la idea de analizar el comportamiento de los aspirantes y alumnos con relación a la oferta académica de la IES.

Implicaciones institucionales y culturales en el análisis de la internacionalización de las empresas multinacionales

Se analizan las implicaciones institucionales y culturales en los procesos de internacionalización de firmas multinacionales, con el objetivo de identificar las principales variables institucionales y culturales consideradas en el involucramiento de la internacionalización de empresas.

Gestión de la mercadotecnia y turismo

Estudio de mercados para un Centro de Estimulación Prenatal en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo

Se realiza un estudio de mercado para conocer el grado de información que la población de Chetumal, Quintana Roo, tiene sobre un Centro de Estimulación Prenatal. Los resultados obtenidos indican que cada vez se hace más necesario un servicio dirigido a los habitantes de Chetumal de manera adecuada, para que puedan disponer de herramientas suficientes en el proceso de gestación por medio de una estimulación oportuna.

La Responsabilidad Social Empresarial (rse) y la relación con la imagen corporativa en las empresas multinacionales extranjeras del sur del estado de Sonora

Se analizan las acciones sociales relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas multinacionales extranjeras establecidas en el sur del Estado de Sonora y su relación con la imagen corporativa. Se concluye que entre mayores prácticas de responsabilidad social empresarial realice la empresa, mayor imagen corporativa refleja, lo que a su vez se encuentra directamente ligado a los años de funcionamiento de la empresa.

Memorias de las prácticas profesionales, una nueva opción de titulación para la licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad de Sonora campus Caborca

Se presenta un estudio que muestra los beneficios de nuevas opciones de titulación en una universidad pública. Concisamente se refiere a la elaboración de un reporte basado en las prácticas profesionales, que más allá de coadyuvar a los estudiantes a obtener su título profesional, les proporciona competencias adicionales que enriquecen su práctica profesional al egreso.

Desarrollo sustentable y responsabilidad social

La educación superior para la sustentabilidad: Reflexiones sobre las necesidades de cambio, retos y adecuaciones en las instituciones de educación superior en México.

Se presenta la problemática de la educación superior para el desarrollo sustentable, así como las adecuaciones y cambios que deben realizar las IES para lograr las transformaciones que exigen estos nuevos modelos de educación para la sustentabilidad.

La incorporación de la perspectiva de género en las políticas públicas del medio ambiente y el desarrollo sustentable

Se presenta el tema de la incorporación de la perspectiva de género en las políticas públicas del medio ambiente y desarrollo sustentable. Se argumenta que en la actualidad es reconocido y señalado que la equidad de género es primordial para alcanzar la sustentabilidad.

Hacia la determinación de la rentabilidad e impacto ambiental en la agricultura protegida

Se examina el impacto ambiental en la rentabilidad de los sistemas de producción de tomate bajo agricultura protegida del estado de Zacatecas. Se aplicó la evaluación del costo total, determinando los indicadores de rentabilidad: valor actual neto, tasa interna de retorno y relación beneficio costo. Los resultados del trabajo ayudarían a motivar a propietarios de unidades de producción para adoptar prácticas de producción orientadas a evitar la degradación ambiental.

Finanzas y la contabilidad

Finanzas personales: determinación de las cualidades ideales de un patrimonio y las acciones tendientes a formarlo

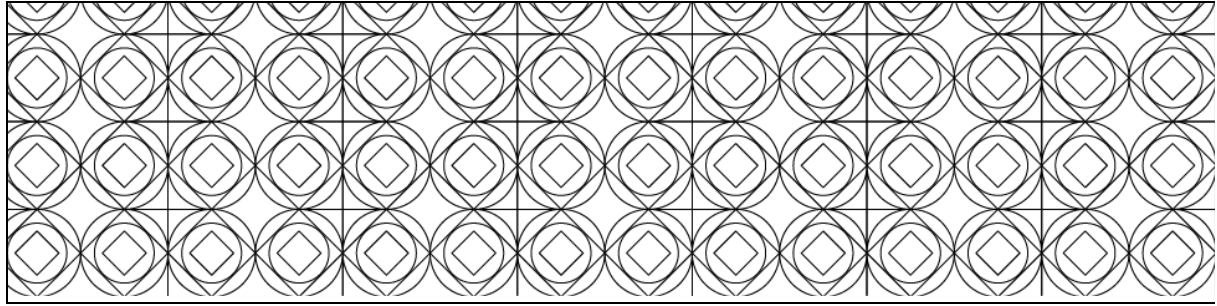
Se analizan cuales son las cualidades ideales de las personas que se encuentran asociadas a la formación de un patrimonio; se llevó a cabo un grupo focal con estudiantes de nivel de maestría.

Propuesta de una herramienta financiera de diagnóstico de la sustentabilidad en una empresa del sector de la construcción en el estado de Aguascalientes

Se realiza un estudio para analizar el sector de la construcción en términos de desarrollo sustentable. El análisis se llevó a cabo de manera longitudinal buscando identificar buenas prácticas y áreas de oportunidad. Como principal conclusión se señala que las empresas reaccionan a la normativa en lugar de anticiparse a las nuevas necesidades medio ambientales.

Considerando lo anterior, concluimos que la riqueza de las conferencias, el nivel de discusión en ponencias y foros de trabajo, así como la calidad de los invitados especiales y, en general, el nivel de participación, nos motivan a creer en un texto como el presente: lleno de ideas, inquietudes, aportaciones, reflexiones y, en particular, estímulos para el trabajo académico desde el lugar que a cada lector le corresponda.

Esperamos, sobre todo, que de este trabajo se desprendan una serie de acciones que vuelquen la conciencia del ser universitario hacia un quehacer universitario productivo y transformador.



Gestión en Instituciones de Educación Superior

AXEL DIDRIKSSON TAKAYANAGUI

El Dr. Axel Didriksson Takayanagi es investigador titular C de tiempo completo y definitivo de la UNAM, adscrito al Instituto de Investigaciones Sobre la Universidad y la Educación (IISUE). Es doctor en Economía, maestro en Estudios Latinoamericanos y licenciado en Sociología, por la UNAM. Es presidente para América Latina y el Caribe de la Global University Network for Innovation (GUNI), con sede en la ciudad de Barcelona. Ha sido investigador invitado y becario del Instituto Sueco en la Universidad de Estocolmo, del programa Fulbright en la Universidad de la Ciudad de Nueva York, y de la Sociedad Japonesa para la Promoción de la Ciencia, en el Instituto de Investigaciones Educativas, del Ministerio de Educación de Japón. Es asesor académico en temas de planeación y prospectiva en distintas universidades de México, América Latina, del Caribe y de Italia, entre otros países. Es autor de más de veinticinco libros, cuatro más en proceso, de más de cincuenta libros como coautor, coordinador o editor, y de más de cien artículos publicados en revistas especializadas e indexadas. Estos trabajos han sido publicados en español, inglés, francés, portugués y chino. Es también articulista de opinión de periódicos nacionales desde 1993. Fue secretario de educación del Gobierno del Distrito Federal de 2006 a 2009, asesor del secretario de educación superior de la República de Ecuador, director en el Centro de Estudios Sobre la Universidad (CESU), del 2006 al 2009. Durante su gestión, este centro fue transformado en instituto (el IISUE) y se construyeron sus nuevas instalaciones. El doctor Axel es investigador nacional nivel 3 del Sistema Nacional de Investigadores, coordinador de la cátedra UNESCO "Universidad e Integración Regional" desde 1995 a la fecha. Es consultor del Instituto de la UNESCO para la Educación de América Latina y el Caribe (UNESCO-IESALC), miembro de la Academia Mexicana de Ciencias, miembro del consejo consultivo de la Universidad para la Integración de Latinoamericana (UNILA), en Iguazú, Brasil, creador del modelo académico y curricular de la Universidad de la Ciénega de Michoacán, fundador y coordinador de la Red de Macro Universidades Públicas de América Latina y el Caribe, vicepresidente de la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe. Premio al buen comendador de la Universidad de Misael Saracho, de Bolivia, premio al mérito académico de la Universidad de San Buenaventura, premio iberoamericano sobre innovación tecnológica y medalla de honor de la representación de la Universidad de la UNESCO en México. Actualmente es miembro de la comisión gestora para la creación de la Universidad Nacional de Educación (UNAE), de Ecuador.

Muy buenos días tengan todas y todos ustedes.

Quiero agradecer la siempre muy grata estancia en esta ciudad y particularmente en el CUCEA de la Ciudad de Guadalajara. Muchas gracias señor rector de esta institución. Saludar a la mesa que integra el presidium de este acto inaugural de la Cátedra del Consorcio de Universidades Mexicanas. Agradezco al propio consorcio la atención y la invitación personal que me han hecho el favor de hacerme, para ser quien inaugure con una conferencia esta Cátedra.

Saludo a los miembros presentes del Consejo de Universidades Mexicanas, a la maestra Norma Violeta Parra Vergara, para transmitir a través de ella mis saludos y el agradecimiento por esta invitación. Y, por supuesto, agradecer a los profesores distinguidos, investigadores de las universidades mexicanas que están aquí presentes, estudiantes de las diferentes carreras de la Universidad de Guadalajara, de otras universidades, público en general, muchas gracias por

su atención, por darse el tiempo de estar con nosotros en esta ocasión.

He titulado la presente disertación, siguiendo los lineamientos de la cátedra, como “Gestión y organización del conocimiento y los aprendizajes en las instituciones de educación superior, desde la perspectiva de un nuevo paradigma de formación en las universidades”. El enfoque que hemos adoptado tiene que ver directamente con aspectos referidos a los contenidos, métodos, lenguajes y técnicas de la organización y la gestión del conocimiento.

Toda estructura organizacional del conocimiento tiene estos parámetros referenciales en general. Métodos, lenguajes, técnicas y contenidos que, digamos, si uno los referencia al viejo trívium y al cuadrivium de las universidades medievales y la estructura de organización del conocimiento de entonces, se trataba de una gestión definida y determinada por estos elementos. Asimismo, ocurre ahora con las disciplinas que prevalecen en las carreras profesionales y/o desde la perspectiva de los nuevos paradigmas de la organización de métodos, lenguajes, técnicas y contenidos en las áreas trans o interdisciplinarias. Y éste es el tema fundamental de nuestra presentación: cómo han venido cambiando las estructuras de organización o gestión de los conocimientos, desde lo que denomino las tres grandes reformas universitarias que han ocurrido en el mundo, de mediados de los años 80, y que aparecen hoy en día redefiniendo de forma estructural la manera como se organizan estos conocimientos y los aprendizajes.

Durante las últimas cuatro décadas, como presento aquí, estos paradigmas tradicionales de tipo lineal-disciplinar estaban organizados y aún lo están, de la siguiente manera: la perspectiva disciplinaria se traslada a un tipo profesionalizante de curriculum, bajo la forma de una estructura organizacional de métodos, lenguajes, contenidos y técnicas, en procesos de enseñanza que reproducen de forma rígida esos métodos y lenguajes disciplinarios y que tienen una estructura final o perfil de egreso a una profesión.

En las últimas cuatro décadas, de los 80 a nuestros días, esta definición de organización y gestión de los conocimientos en la perspectiva de métodos, lenguajes, contenidos y paradigmas en las áreas de las ciencias y la tecnología, se ha redefinido de forma radical en relación, sobre todo, con los avances que ocurren en los actuales paradigmas del conocimiento en una, como dice Ulrich Beck, “sociedad en riesgo”.

He organizado estas tres olas de reforma, en los siguientes diferentes periodos:

La primera ola de reforma en la organización y gestión de los conocimientos, como ustedes pueden notar en la filmina que estoy presentando, ocurrió principalmente de principios de los años 80 hasta los años 90, con una irrupción de innovaciones, métodos, lenguajes y técnicas, que reorganizaron estos conocimientos diferenciándolos claramente de las disciplinas que hoy denominamos como software, hardware, microelectrónica, telecomunicaciones, biotecnología y sustentabilidad. También irrumpe de forma destacada lo referido a la teoría de la complejidad, la incertidumbre y las nuevas perspectivas de las ciencias sociales desde una nueva ciudadanía que hoy notamos muchísimo y que se expresa de manera muy activa en países del norte de África que se han organizado de forma contundente, inclusive para hacer cambios estructurales de Gobierno, como en Sudán, Egipto, en Grecia o en España. Estas reformas fueron asumidas desde la perspectiva de cambios en las universidades, creando nuevas instituciones, generando dentro de ellas nuevas áreas de conocimiento para meterse directamente a las nuevas perspectivas de organización del conocimiento, que no son disciplinarias porque son constructos que organizan métodos, lenguajes, contenidos y paradigmas trans e interdisciplinarios.

En ese entonces se montan, por decirlo así, en esta ola, en esta primera ola, políticas educativas con reformas universitarias, particularmente en Corea del Sur, Singapur, China, Japón, Taiwán, los denominados tigres del Pacífico asiático, que se suman inmediatamente creando instituciones tecnológicas enteras, sistemas universitarios y tecnológicos nacionales, mandan por miles a estudiar estos componentes a otros países y a prepararse a nivel de maestrías y doctorados. España aprovecha muy bien la constitución de la Unión Europea, se crea en este entonces el Proceso de Bolonia y el marco del espacio común europeo de educación superior, empieza una gran transformación también en Europa, que aparece incluso como paradigmática frente a nosotros que queremos emular por la vía del proyecto UNITWIN, u otros en América Latina, lo que acontecía en Europa. Hay todo un replanteamiento que se presenta como el programa “Erasmus” de movilidad académica y estudiantil y con el programa “Eureka”, que articula proyectos de investigación en la región Europea en estas áreas de conocimiento y de punta, y surgen las primeras generaciones de parques científicos tecnológicos que organizan este tipo de contenidos y conocimientos en lugares como Silicon Valley, Tsukuba Science City, la Ruta 128 en Massachusetts, la Villette en Francia, Malmo en Suecia, etc. Empiezan a surgir estos parques científicos tecnológicos organizados por el modelo de triple hélice: “empresas,

universidades y gobiernos, en la perspectiva de la generación de este nuevo tipo de conocimiento, organización y gestión”.

Y aquí cabe preguntarse qué pasó en México entonces, tal y como se presentó en diversos países durante los años 80 y los 90, es decir, si hubo alguna referencia de impacto para decir que sí nos comenzamos a meter en la primera de grandes reformas educativas. Efectivamente, en la UNAM se crea la carrera de biotecnología, otras instituciones avanzan en algunas áreas de la microelectrónica (en Guadalajara también se procesa el área de la microelectrónica, con un pequeño Silicon Valley), etc., pero son flashazos que también se dan en América Latina, nichos muy reducidos que no logran tener el impacto de constitución de instituciones enteras, sistemas complejos que se metan y articulen reformas educativas de gran calado, como se dice ahora.

Durante la segunda ola de cambios, de principios de siglo a la fecha, se abren nuevos campos de conocimiento con la organización y gestión académica: el mapeo del genoma humano, se descubre la transformación que implica el conocimiento del DNA y por lo tanto hay también un impulso enorme de los sistemas complejos, con la elaboración que realiza una gran camada de intelectuales en todo el mundo desde la perspectiva de una integración distinta en la gestión y organización de los conocimientos en las ciencias sociales y humanas. Empieza la extrema miniaturización de los componentes tecnológicos, la nanotecnología, el gran boom de los estudios del Universo y Tierra, una nueva disputa entre la física cuántica y la física general, el gran boom del diseño, el arte y la multimedia, en una composición de fusión de ciencias, de tecnología, contenidos, métodos, lenguajes, etc., y el gran boom también de los objetos nómados, porque los tenemos pegados al cuerpo, como el móvil o celular, la laptop o las tabletas. Todos ustedes tienen un objeto nómado, ya pegado a su cuerpo, tan indispensable que si lo dejan en algún momento fuera de éste o se les olvida, les puede venir hasta una situación de desesperación o de verdadera angustia. Los que saben de esto dicen que duele más perder la virginidad que un celular.

Y, por supuesto que igual en esta fase, en esta ola, en esta reforma de los conocimientos, otros tantos países se meten, articulan su economía con el conocimiento, tanto fuera como dentro de sus universidades, o crean nuevos campus o universidades enteras, como lo hicieron en Finlandia, que aparece como el país que ha impulsado una de las más emblemáticas reformas educativas, a la cual hoy todos queremos emular por parte de la educación básica. Pero también está la India con su ciudad tecnológica en Bangalore y su instituto tecnológico; China, que empieza a crear universidades que se autodenominan de clase mundial; Brasil, con un gran impulso que tiene en la Universidad de Campiñas y la Universidad de Sao Paulo; Rusia, que tiene un proceso de reconstitución de su aparato científico-tecnológico-universitario; o Suecia, Vietnam, y Corea del Sur, que empieza desde la ola anterior a ser un país con muy importantes realizaciones en materia de articulación de nuevos conocimientos.

Y estamos entrando hacia el inicio de la tercera ola, pero también hacia el fin de la onda larga de innovaciones que comenzó en los años ochenta con una pregunta esencial para todos nosotros: en esas olas sucesivas y críticas ¿en qué nos metimos? ¿Cuántas reformas hicimos en la gestión de organización del conocimiento, en estas áreas de la ciencia y la tecnología, de las ciencias sociales, etc.? Pues, en ninguna o muy escasamente en algunas de ellas, porque seguimos teniendo, efectivamente, diez, doce, trece carreras que se reiteran, como Derecho, Comercio, Administración, etc., y el rezago en la oferta de conocimientos y aprendizajes ya lleva más de 40 años.

Sí, sí hay innovaciones y avances, sin lugar a dudas, pero es poco de lo que se puede presumir. Tampoco es que estemos ausentes de las fronteras del conocimiento, pero es más por la vía de la copia o de la dependencia de muchos de ellos, no del esfuerzo sistemático de una política de Estado con un proyecto alternativo y endógeno, de ciencia y tecnología.

Ya estamos en el principio del fin de esta gran ola, la tercera de grandes reformas que está en marcha, que implica la maduración de todas las estructuras de fusión tecnológica, es decir, el arte, multimedia, electrónica, biotecnología, genómica, etc., tendientes a la articulación trans e interdisciplinaria hacia la “metacognición”. Con el boom de las ciencias del espacio y de la tierra, la sustitución de las fuentes de energía hacia lo híbrido y otras fuentes alternas, en una redefinición de los territorios y de las clases sociales, los países emergentes dependerán de si se mantienen como tales en relación a sus esfuerzos locales en el impulso a reformas sustanciales en materia de conocimientos y nuevos aprendizajes socialmente extensos, de aquí a los próximos veinte años, que además coincide con esta redefinición del umbral demográfico, y de lo que se denomina como el bono demográfico, que se nos acabará en los próximos diez años.

Con la cantidad de jóvenes que tenemos en el país, ¿de qué manera se va a alcanzar una nueva oferta de carreras relacionadas con la modernidad de la ciencia y la tecnología, y

alcanzar el 40% de cobertura en el grupo de edad escolar correspondiente?

¿Esto qué plantea? Por supuesto que no sólo una apertura de nuevas instituciones y subseces, sino sobre todo la redefinición de los marcos de organización y gestión del conocimiento hacia nuevos aprendizajes y hacia la innovación. Se requiere del cambio de modelo de gestión del conocimiento hacia uno que sustituya el actual de tipo lineal, hacia otro de modo espiral. Uno en donde el punto de partida de la organización de la currícula es el descubrimiento y la práctica. Se crea un conocimiento determinado, este conocimiento genera un aprendizaje nuevo en un área de conocimiento surgido desde la indagación, y este aprendizaje genera un proceso de innovación, la innovación genera un aprendizaje, el aprendizaje se organiza y crea un nuevo conocimiento que genera un nuevo aprendizaje, una innovación social y así de forma sucesiva en espiral ascendente.

Pongamos algunos ejemplos, se descubre entre los años 80, más o menos, un hoyo en la capa de ozono que empieza a filtrar rayos UV terribles y este problema nuevo requiere una solución integral, interdisciplinaria o transdisciplinar, por lo que se hace necesario la organización y gestión de nuevos conocimientos alrededor de lo que conocemos como los estudios del medio ambiente, la sustentabilidad. Obviamente se trata, no de una organización tradicional Modo Uno, porque no es un problema de astronomía, ni de ingeniería, no es un problema de salud, no es un problema de usar lentes determinados, sino que es un problema articulado que requiere un conocimiento nuevo, a partir del cual se requiere organizar un nuevo esquema de aprendizaje que se organiza en una nueva área de conocimiento y genera innovaciones sociales, es decir, tratar de parar la polución, tratar de parar la desertificación, la tala inmoderada de los bosques, redefinir la contaminación de mares y ríos, hacer medidas de política económica que detengan las emisiones de gases invernadero, el problema del calentamiento global, es decir, viene todo un conocimiento que genera también innovación social.

Otro ejemplo: en un laboratorio en Escocia se descubre que el material genético de una oveja se injerta en una oveja hembra y sale una tercera oveja hembra, llamada Dolly. Este conocimiento nuevo genera un aprendizaje que se convierte en la base sobre la cual se monta un área tras e interdisciplinaria denominada biotecnología, y genera también una innovación social porque crea la posibilidad de la clonación, y surgen escuelas enteras ligadas a la clonación, a la biotecnología, a la genética, etc., que trae componentes que no son resueltos por una disciplina determinada sino por otra área de conocimiento que descubre que puede crearse un ser vivo, una materia orgánica, vía la clonación, vía la genética.

En la nueva gestión se organizan dos tipos del conocimiento: uno, el conocimiento codificado, que como ustedes saben es el más estandarizado, se puede reproducir a granel, es un libro, un artículo, un software, un material que se puede reproducir, generar, guardar y difundir de forma amplia. Hoy en día este conocimiento codificado está entrando en condiciones de extrema reproducción abierta, por la vía de la sustitución del internet por el Big Data (el Macro Dato).

Los sistemas informáticos del Big Data no trabajan con miles de datos, trabajan con millones de millones, de millones, de millones, de millones, de millones. Entonces, esto requiere un modelo de organización del aprendizaje distinto, un conocimiento que no reproduce una formación sólo para el manejo del conocimiento codificado, sino particularmente hacia el aprendizaje de un conocimiento tácito.

Conocimiento tácito es aquel, como decía Polanyi, “que se conoce más de lo que se puede decir”. Proviene de la experiencia, del error, de la prueba, del éxito, del fracaso, de los años, y es un conocimiento que todos nosotros tenemos y que cada quien posee, que no es competitivo, nadie puede competir con el conocimiento tácito que yo tengo ni con el de ustedes, nadie, porque cada quien lo tiene por sí mismo en la perspectiva de su proceso de organización y gestión de ese conocimiento y aprendizaje, no es vendible, y entre más se usa más se acumula, no se desgasta.

El conocimiento tácito es esa experiencia que define, por supuesto, el conocimiento codificado, la información, le da sentido, la organiza desde la perspectiva del aprendizaje significativo, y se forma desde tres niveles de aprendizaje. Desde los conceptos de la UNESCO, son: learning to know, es decir, aprender cómo se hacen las cosas; learning to be, es decir, el desarrollo de nuestra capacidad y habilidades para la comunicación, la comprensión, la sistematización, la articulación interdisciplinaria, la perspectiva del desarrollo de ese conocimiento tácito, en toda su magnitud y desarrollo, valores, aptitudes de una ciudadanía; y otro aprendizaje más reciente que se organiza cada vez más sólidamente en las currículas, learning to become, aprender sobre lo que viene. En una sociedad que está moviéndose todo el tiempo, que está cambiando de forma radical, que redefine su Gobierno, su ciudadanía, sus instituciones, el aprender cómo comprender, el desarrollo para prever, para prospectar, para

tener la capacidad de entender qué es lo que se está moviendo y qué no va a ser igual a lo que se vive, tal y como ya está ocurriendo.

Esto redefine las relaciones de organización y gestión del conocimiento en términos de la docencia y la investigación. No es la relación docente la que transmite conocimientos rígidos para una disciplina determinada que permanentemente tiene que aprender el estudiante.

Ahora hay que desarrollar un tipo de nueva relación docencia-investigación donde la investigación se convierte en un punto de partida fundamental para la docencia misma, que es lo que yo denomino: investigación cognitiva. Es decir, de qué manera se genera o podemos generar en las instituciones la capacidad para articular conocimientos, la organización de los mismos hacia la trans e interdisciplinariedad, la capacidad del estudiante para indagar, para generar conceptos, para articular categorías, para formularse problemas y darle explicaciones, eso no depende del manejo del conocimiento codificado, no se trata de sistematizar un conocimiento codificado para hacer una monografía, no, se trata fundamentalmente de generar una capacidad de indagación para comprender los tres niveles de aprendizaje y saber cómo, saber expresarse con toda claridad y construir un conocimiento nuevo y saber prever lo que viene desde la perspectiva de las tendencias y las contradicciones que están ocurriendo en el mundo contemporáneo.

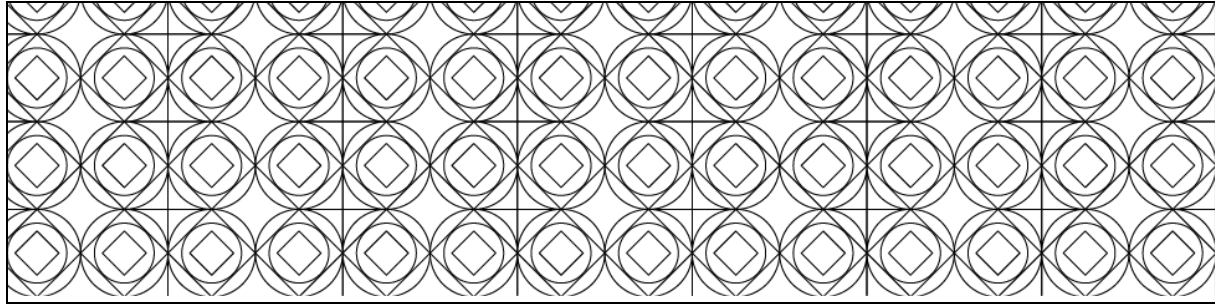
Esto no se puede transmitir vía la repetición o el enciclopedismo, el manejo sistemático del conocimiento codificado, sino a través de la transmisión de experiencias que generen este aprendizaje que llamamos significativo e integral en el estudiante. ¿De qué manera se puede generar eso si el profesor nunca ha investigado, no sabe cómo trabajar un concepto? Por eso la insistencia en esta redefinición de docencia-investigación, para construir un valor académico y social en los conocimientos desde la perspectiva del aprendizaje significativo para la generación de un conocimiento tácito en el estudiante como un constructo propio. La investigación cognitiva es distinta a la investigación estratégica. La investigación estratégica, la que hacemos quienes nos asumimos como investigadores de tiempo completo, tiene otra función, que es la de generar un conocimiento nuevo.

La investigación cognitiva lo que hace es propiciar por la vía de procesos curriculares el desarrollo de estructuras de aprendizaje en él mismo, para que el estudiante mismo genere sus propios conocimientos por la vía de una experiencia de conocimiento tácito, a diferencia de la investigación estratégica que les reitero tiene una redefinición importante en el plano del impacto de los conocimientos nacionales y en la solución de problemas fundamentales.

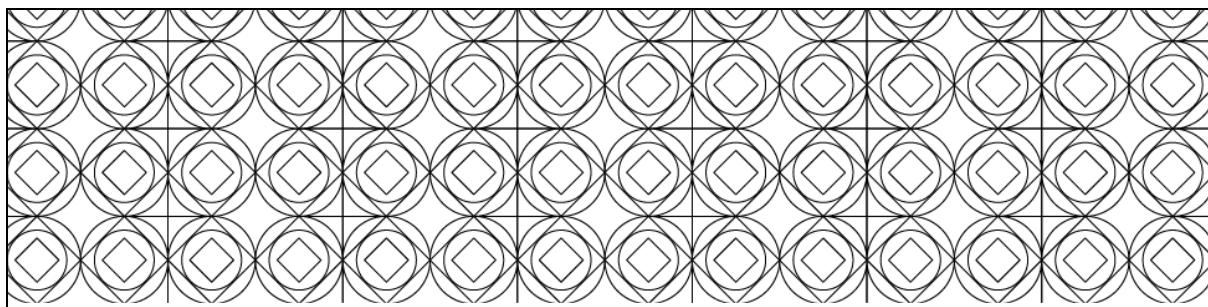
En todo ello se busca hacer explícita la necesidad de un nuevo tipo de universidad, con una estructura organizacional diferente, que entrelaza las relaciones entre la investigación y la docencia, pero que se centra en aquellos aspectos, en aquellas áreas del conocimiento trans e interdisciplinarios que son los que permiten este tipo de conocimientos y aprendizajes.

Como dijo el propio Edgar Morin: "Es el conocimiento para producir conocimiento". El método es la perspectiva por medio de la cual se organiza esta perspectiva de conocimiento tácito y, por lo tanto, la investigación cognitiva genera un aprendizaje pero también se vincula directamente con la capacidad para innovar. Es decir, un conocimiento nuevo tiene un aprendizaje distinto y esto tiene un relación con el contexto de su aplicación, como decía Michael Gibbons en La nueva producción del conocimiento, texto emblemático de la nueva producción del conocimiento: esto tiene directa relación con el contexto de su aplicación, no hay un aprendizaje que no tenga sentido desde el plano de su contexto. Y, por lo tanto, esta universidad Modo Dos, articula la investigación cognitiva con la investigación estratégica, y es un tipo de universidad que trabaja en redes, es sistémica, articulada, horizontal, cooperativa, no se distingue entre sí con otras universidades si no articula aspectos de conocimiento mucho más globales, y por lo tanto crea plataformas y redes de innovación en beneficio colectivo, lo que llamamos una capacidad institucional para generar una inteligencia distribuida.

Muchas gracias.



Gestión e innovación para la calidad educativa



Un referente trascendental en la pertinencia de las IES. ¿Qué tan satisfechos están los académicos?

FELIPE DE JESÚS MONTAÑO CERVANTES
AZUCENA CORTÉS MACÍAS

Introducción: en torno a la pertinencia

Uno de los temas trascendentes en la educación, por sus efectos, es su pertinencia; ésta, como se podrá leer, se relaciona directamente con el grado de satisfacción o insatisfacción con que los actores principales de la educación superior en las IES, la planta académica, los académicos, viven su profesión. Pertinencia/pertinente, —del latín *pertinens*, entis, participio activo de *pertinere*, pertenecer— es un término de empleo polisémico, dinámico, y por ende también variable. Con él nos referimos a lo adecuado u oportuno de alguien o algo; a lo congruente y atingente para un fin; lo que viene a propósito de algo. Está anclado en la relación que surge entre fines y medios. Se entiende como una relación de congruencia; en lo apropiado, lo necesario, para su desarrollo y perfección. Es tanto cuantitativo como cualitativo, aunque los aspectos cuantitativos destacan mejor por ser visibles, estimables y medibles. Supone también estar alerta de que su procuración no derive en pertinacia, obstinación o terquedad. Sólo en los polos extremos y en su área contigua del continuum de la interrelación podemos afirmar sin lugar a duda su presencia o su ausencia.

En este múltiple y dinámico sentido se aplica al campo de la educación. La UNESCO, atenta a la problemática educativa mundial, abordó el concepto de pertinencia en la educación superior en dos de sus reuniones mundiales —1998 y 2003— en su sede de París, con asistencia de la mayoría de los ministros de educación del planeta. En la primera reunión —5 a 9 de octubre de 1998— el organismo mundial aclaró lo que entiende por pertinencia, “la concordancia entre las misiones de las IES y las expectativas de la sociedad”, y en la página dos de su Declaración sobre la educación superior en el siglo XXI (UNESCO, 1988), amplía: “la pertinencia de la educación superior debe evaluarse en función de la adecuación entre lo que la sociedad espera de las instituciones y lo que éstas hacen”¹. Cinco años después, del 23 al 25 de junio de 2003, la misma organización de la ONU, reunida de nuevo para continuar el examen y estudio del concepto, aceptó su polisemia, gradación, variedad de enfoques e interpretaciones que existen y conviven a lo ancho del planeta. Sin embargo, hay ya consensos que podemos considerar paradigmáticos, como los resume Lamine Ndiaye (2003) en su relatoría de la segunda conferencia en cuestión, en la cual propone la pertinencia en la educación superior entendida como el envés y el derecho de una misma realidad: aspectos cuantitativos y aspectos cualitativos, a los que valdrá la pena volver en otra oportunidad.

La pertinencia, en el caso de las IES, radica básicamente en que la educación superior sea disponible, universal e indiscriminadamente al alcance de los habitantes de México, —o de cualquier país—, que tengan la edad, aptitud y preparación adecuada para aprovecharla. Las IES abarcan tanto a las personas que en ellas intervienen, como a los elementos, recursos y medios para sostener su oferta educativa. En la medida en que lo pertinente esté o no ausente en cualquiera de los componentes de las IES, se podrá reconocer como pertinente o impertinente. No hay que ignorar que el concepto de pertinencia, al ser dinámico, es todavía un término en vías de construcción.

La satisfacción laboral de los académicos, síntoma de pertinencia

Un corolario obvio, de ser o no pertinente en las IES, gravita en primer lugar en sus directivos, a quienes exige esfuerzo incesante en alcanzar la visión, previsión y talento permanente para construirla y resguardarla. Al reflexionar esto se entiende que la pertinencia se extiende al cuerpo entero de la comunidad educativa, y que comprende el currículo en su sentido amplio. La pertinencia requiere convertirse en un propósito continuo donde no hay paso atrás pues cualquier alto o falla, por el motivo que sea, se traducirá en un hecho impertinente, atribuible dentro de la misma institución a alguno(s) de sus miembros. Así, en nuestro caso, los académicos desempeñamos un papel de primera fila para la calidad y excelencia de la enseñanza, de la investigación y producción del conocimiento, para su difusión e irradiación a la sociedad del entorno universitario. La congruencia universitaria entre los por qué y para qué de su existencia; la distancia entre los ideales, propósitos, metas, misión y lo que hace en la realidad, no puede prescindir del paradigma de la pertinencia.

En este sentido, uno de los síntomas más significativos de pertinencia que podemos señalar en nuestras IES, entre otros, reside en la satisfacción general de quienes están adscritos en ellas, al servicio educativo y quienes acuden por él, o lo reciben como sociedad. Dado tal horizonte vasto de estudio, en este trabajo se limitarán los datos y comentarios a la satisfacción laboral de los académicos.

El término compuesto “profesión académica” ya no es un neologismo. El interés por investigar a los académicos surge en Estados Unidos —siglo xx—, emigra con la difusión global del conocimiento, y en los 90, en nuestro país, los investigadores educativos enfocaron su mira a los académicos mismos. Aproximadamente entre los 60’ y los 90’ del siglo pasado, el crecimiento mundial de la demanda en educación superior y la respuesta de atención que los gobiernos pudieron organizar —apresurada e improvisada—, ha sido para muchos países extra-europeos, mayoría en el tercer mundo, de una expansión cuantitativa primero, y enseguida cualitativa, como en México (Sánchez de Aparicio, 2010), propiciando un sector especial en el mundo laboral, de peso e influencia en la sociedad, asumiendo un estatus nuevo: la profesión académica, la comunidad de los académicos.

Los académicos en perspectiva, y algo de metodología de la investigación RPAM 2007-2008

Con antecedentes desde la primera mitad del siglo pasado, en Estados Unidos, y con la experiencia generada, la Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching —CFAT—, promovió a fines del mismo siglo —1992— los estudios sobre el estado y condición de los profesores del tercer ciclo. Con el apoyo de la fundación, Boyer, Altbach, et al. (1992,1993), dirigieron la Internacional Survey on Academic Profession, que entonces tuvo eco en varias latitudes, entre ellas México. Manuel Gil Antón coordinó el equipo que la aplicó en varias IES, y luego se hizo cargo de publicar *Los Rasgos de la Diversidad*, en 1994.²

Ya en este milenio surgió el nuevo proyecto de investigación internacional, CAP —The Changing Academic Profession— para actualizar y comparar los cambios habidos. Un grupo de investigadores nacionales integraron la Red de Investigadores sobre Académicos (RDISA), para sumarse al CAP, teniendo en mente que el académico de educación superior es un actor al que conviene comprender (Galas Fontes, 2012). Así, con el instrumento adaptado a la realidad nacional, la encuesta Reconfiguración de la Profesión Académica (RPAM) se realizó en 2007, articulada con la recíproca administrada en 21 países. El instrumento está integrado por 53 ítems con alternativas diversas, distribuido en seis secciones, y en ella se recurre a escalas tipo Likert para obtener las respuestas.

Previos trabajos y estudios por los académicos de RDISA, con adecuado tratamiento estadístico, se aplicó a una muestra aleatoria nacional de 2826 académicos, en 101 IES. La tasa de respuesta/académicos, conformada por el universo de académicos, n=1973, que laboran en 81 IES, fue de 69.8%. Para su estudio —que aún prosigue— se clasificaron en cinco estratos las instituciones de adscripción: centros de investigación, instituciones públicas federales, públicas estatales, tecnológicas, y privadas. Igualmente, se hicieron estudios cruzados con cinco variables: género, estratos institucionales, por tipo de IES, grado máximo de estudios, disciplina del académico, periodo de ingreso a la profesión.

Para el trabajo que aquí se despliega nos apoyamos en RPAM y su desarrollo metodológico.

La satisfacción laboral en los académicos

La satisfacción en el trabajo es un hecho que en pocos decenios se ha colocado en el centro del escenario laboral, vinculado a temas capitales como la motivación y a la productividad en el trabajo. Rara vez esa actitud, siempre teñida con sentimientos y emociones favorables o desagradables para el trabajo y profesión, se logra de golpe, en un instante. Más de las veces es resultado de la percepción que el trabajador tiene a través de un proceso, que se da con el tiempo —la persona va desarrollando sentimientos, creencias y valores sobre su trabajo—, y que se revela complejo. La pudiéramos dividir en factores desencadenantes y constituyentes (Hagedorn, 2000). Los primeros factores son descritos, para el caso de los académicos, por Padilla González y Jiménez Loza (2010), como un evento significativo en la vida del individuo. En los segundos —constituyentes— se encuentran variados aspectos que pueden reducirse principalmente a cinco muy importantes (Ivancevich y Matteson, 1993). El primero es el sueldo, mayor suma de dinero recibida añade la percepción y juicio de que sea equitativo en razón de las circunstancias del trabajo. El segundo lo constituye el trabajo en sí y la organización en que se está insertado; si resulta interesante, adecuado, y ofrece oportunidades de aprendizaje y crecimiento (en este plano puede ubicarse el status). Como tercero se apuntan las oportunidades de promoción, en la medida que posibiliten alcanzar mejor posición o ascenso en la estructura organizacional. El penúltimo sería el tema de la relación con superiores, es decir, el grado de apoyo, interés y compromiso que se percibe de parte de jefes, supervisores o superiores jerárquicos. Por fin, el nivel de relación lateral con los colegas e iguales. Estos aspectos, que se han dividido didácticamente para su mejor identificación, en realidad están entremezclados, engarzados y estrechamente vinculados entre sí.

La mejor vía comprensiva de la satisfacción en el trabajo es recurrir a un modelo multidimensional, ya que se trata de un concepto complejo, donde intervienen variadas dimensiones (Locke y Henne, 1986) que J. M. Peiró (1990) divide en dos grupos:

Ilustración 1. Modelo multidimensional de la satisfacción en el trabajo	
A) Eventos o condiciones causales	El trabajo en sí Salario Promociones Reconocimiento de los demás. Beneficios extra Condiciones de trabajo
B) Agentes	Supervisión Compañeros Empresa y Dirección

Fuente: Peiró, J.M. (1990). Organizaciones: Nuevas perspectivas psicossociológicas.

En México, el interés por averiguar la satisfacción del personal estuvo incluido en la investigación internacional promovida por la fundación estadounidense citada arriba entre 1992 y 1994. Se reiteró en el estudio de RPAM-2007-2008, fuente de las tablas y gráficas aquí expuestas. Como lo prueba la experiencia de la vida laboral, en la satisfacción intervienen otras variables o circunstancias eventuales que afectan tal interrelación, como sucede, sin agotarlos, con los eventos siguientes: tipo, tamaño, antigüedad, grado de organización del medio laboral, aproximación de la fecha inamovible para terminar algo, presión de los jefes, obstáculos, etc.

No se olvide, por cierto, que los resultados que aquí se exponen son de un momento y pertenecen a una muestra estadística. Además, la experiencia dicta cuán inestable y fluctuante es el grado de satisfacción entre un grupo y otro, y que también es variable en el mismo individuo. Por ejemplo, el factor universal “pago remunerativo por el trabajo desempeñado”, al tasarlo en el mundo académico basándose sólo en dos rasgos comunes a otras ocupaciones —preparación/actualización especializada y responsabilidad social—, sería inferior, comparativamente, lo que recibiría el académico si se moviera a un puesto de rango similar en el resto del mercado laboral, menos en pocos casos excepcionales.

Tablas y comentarios

La satisfacción laboral es indagada por una cuestión de la encuesta RPAM, en la sección 2, sobre referentes laborales de los académicos. Todo se hizo a través de responder a escalas tipo Likert, como se dijo antes y la pregunta está planteada así: ¿Cómo calificaría su satisfacción general

con su trabajo académico actual?

Tabla 1. Distribución de los académicos por satisfacción general, agrupados por tipo de IES						
Estrato	N	Muy baja	Baja	Neutral	Alta	Muy alta
General	1950	0.4	1.5	11.1	48.8	38.2
Centros Públicos de Investigación	113	0.0	4.4	13.3	46.0	36.3
Instituciones Públicas Federales	424	0.5	1.9	8.3	43.9	45.5
Instituciones Públicas Estatales	794	0.5	0.8	11.8	51.5	35.4
Instituciones Públicas Tecnológicas	311	0.3	0.6	11.9	51.4	35.7
Instituciones Particulares	310	0.0	3.2	11.3	47.1	38.4

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la encuesta Reconfiguración de la Profesión Académica (RPAM).

Como se aprecia, a pesar de que la diversificación de funciones ha producido un académico multifuncional al que se le ha complicado su eficiente desempeño en funciones y roles simultáneos, esto no ha sido obstáculo para que acepte tener una alta satisfacción laboral general. Ya en varios estudios anteriores, Padilla, Jiménez y Ramírez (2008), Grediaga, Rodríguez y Padilla (2004), y Galaz (2003), sus autores, habían informado de lo que parece una tendencia hacia el alto grado de satisfacción laboral en los académicos de educación superior. Los resultados de RPAM (2008) confirman que la tendencia referida se mantiene: cerca de la mitad, 38.2%, están muy satisfechos con su trabajo y 48.8% altamente satisfechos. Si agregamos estos rangos obtenemos 87%. Los valores inferiores —opuestos— son respuesta de muy pocos académicos: 0.4% y 1.5%, y precisamente porque corresponden a muy bajo y bajo nivel de satisfacción, su ligero contrapeso ab absurdo juega a favor del 87 comentado y lo fortalece. Por tipo de IES a la que están adscritos, los académicos de las IES Públicas Federales manifiestan, en mayor proporción, 45.5%, estar muy satisfechos con su trabajo. Les siguen los de IES Particulares, 38.4%. El siguiente grado de la escala, en orden descendente, son las IES públicas estatales y las tecnológicas, casi parejas en el rango 35%. La mayor proporción de quienes están altamente satisfechos son los que pertenecen a las IES Públicas Estatales, 51.5%, y las IES Tecnológicas, 51.4%. Una pregunta queda al aire: ¿Por qué la mayor proporción de académicos con baja satisfacción laboral es —4.4%— en los Centros Públicos de Investigación?

La tabla 2 contigua resume las respuestas a la cuestión 6 B, para establecer mejor la perspectiva de la tabla anterior.

Tabla 2. Respuestas a la pregunta B-6: Satisfacción general en su trabajo académico actual						
Estrato	N	Muy baja	Baja	Neutral	Alta	Muy alta
General	1950	0.4	1.5	11.1	48.8	38.2
Suma de contiguos		13.0				87.0

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la encuesta Reconfiguración de la Profesión Académica (RPAM).

Si entre los efectos benéficos que una IES pertinente puede producir se encuentra estar en condición de aportar a la transformación y desarrollo de las comunidades locales y nacionales, sería una impertinencia no considerar el sentir relacionado con la satisfacción laboral y visión que los académicos tienen dentro de su accionar en las instituciones de educación superior, pues son ellos quienes “preparan” y articulan al estudiante con los demás procesos educativos. Ahora bien, si la pertinencia apunta al currículo, los métodos pedagógicos, la organización escolar y la interacción con la comunidad, ¿no son los académicos quienes accionan esta serie de factores?

Los resultados que se han manejado sobre la satisfacción laboral de los académicos podrían quedar finiquitados en lo inquirido hasta aquí. Afortunadamente, en RPAM se encuentra otra cuestión que pregunta y explora hasta nueve diversos aspectos, de donde extraemos tres, que por su contenido se relacionan con la satisfacción laboral. La cuestión reza así: ¿En qué medida está usted de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones relativas a su trabajo académico?

Las tres alternativas conectadas con lo que se está discutiendo demandan, cada una, que los profesores respondan, la primera a una pregunta formulada negativamente: “éste es un mal momento para que una persona joven inicie una carrera académica en mi campo”; la siguiente pide responder a “si tuviera que hacerlo de nuevo, yo no sería un académico”; y la tercera

ausculta si existe o no, y en qué nivel, la siguiente afirmación: “mi trabajo es fuente de una considerable tensión personal”. Revisemos el primer ítem y las respuestas a la nueva cuestión, en la tabla 3.

Tabla 3. Este es un mal momento para que una persona joven inicie una carrera académica en mi campo. Global							
	N	FED	2	3	4	FDA	Total
	1934	58.9	16.2	11.4	7.4	6.1	100.0
Suma de contiguos		75.1				13.5	

FED= fuertemente en desacuerdo; FDA= fuertemente de acuerdo
Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la encuesta Reconfiguración de la Profesión Académica (RPAM).

Reconforta saber que la mayoría, seis de cada diez —58.9%— expresaron su desacuerdo general a la pregunta. Los valores contiguos dan 75.1%, esto es, tres de cada cuatro sí alentarían al joven a comprometerse con su campo académico. En el segundo ítem se cuestiona la perseverancia del académico y averigua si repetiría su historia. Con agrado se constata que globalmente hay un acuerdo en los números: 76.4% rechazan la afirmación propuesta, como lo dice la siguiente tabla:

Tabla 4. Si tuviera que hacerlo de nuevo, yo no sería un académico. Global y género								
		n	FED	2	3	4	FDA	Total
Global		1940	76.4	9.0	4.6	2.5	7.4	100.0
98.3%								
Género	Masculino	1205	75.0	9.8	5.1	2.9	7.2	100.0
(n= 1916)	Femenino	711	79.3	8.0	3.8	1.8	7.0	100.0

FED= fuertemente en desacuerdo; FDA= fuertemente de acuerdo
Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la encuesta Reconfiguración de la Profesión Académica (RPAM).

Sin embargo, llama la atención un desnivel interesante por género. Las académicas suben en 4.3 puntos porcentuales sobre sus colegas en el rechazo a la propuesta de la cuestión; ¿serán más decididas las mujeres? Adviértase que en ésta, la tabla global y la variable por género se exponen juntas con todos sus valores para favorecer el escudriño y la reflexión. En la variable siguiente, tabla 5, dadas las altas cifras que encontramos, la tabla se reduce a sólo la columna de n y del valor 1; la respuesta es masiva, y llega en torno a 8 por c/10 académicos consultados.

Tabla 5. Si tuviera que hacerlo de nuevo, yo no sería un académico. Estratos			
		n	FED
Estrato	Centros Públicos de Investigación	113	82.3
(n= 1940)	Instituciones Públicas Federales	424	76.7
98.3%	Instituciones Públicas Estatales	788	77.8
	Instituciones Públicas Tecnológicas	309	73.1
	Instituciones Particulares	306	73.9
Grado Máximo	Hasta licenciatura	431	74.9
(n= 1934)	Hasta Maestría	912	77.0
98.0%	Doctorado	500	77.6
	Postdoctorado	91	74.7

FED= fuertemente en desacuerdo
Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la encuesta Reconfiguración de la Profesión Académica (RPAM).

La respuesta de la gran mayoría reitera que volvería a su trayectoria inicial, lo que se puede traducir en una declaración a favor —salvo el síndrome del vaso medio vacío— de la salud de la profesión, del medio educativo donde se desempeña y de la cultura organizacional general del subsistema de educación superior mexicano. Pasando al tercero de los ítems se aprecia que, en forma general, para los académicos no es fuente de estrés su trabajo —tabla 6— en la suma de contiguos FED con rangos 2 y 3, cuyo índice es 76.9%, que simplificado se convierte en que casi ocho de cada diez rechazó la afirmación en cuestión.

Tabla 6. Mi trabajo es fuente de una considerable tensión personal. Global							
Global	n	FED	2	3	4	FDA	Total
99.13%	1956	31.3	21.1	24.5	14.6	8.4	100.0
Suma de contiguos		76.9					

FED= fuertemente en desacuerdo; FDA= fuertemente de acuerdo
Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la encuesta Reconfiguración de la Profesión Académica (RPAM).

Si en la valoración media el porcentaje es muy próximo entre uno y otro género —tabla 7—, los extremos de la tabla clarifican y aportan una variación llamativa: las mujeres, en la suma de contiguos, en proporción de una por cada cuatro, aceptan que pasan por estrés en 5.2 puntos más que los hombres. Parece poco, mas si se recurre a los valores contiguos en la parte izquierda de la tabla, la separación entre géneros sube a 6.5, y la diferencia no da lugar a duda al comparar los puntos porcentuales que separan las sumas contiguas por género. En las mujeres, la discrepancia entre las sumas contiguas es menor: $48.6-26.1 = 22.5$ puntos. Entre los hombres, las cifras son: $55.1-20.9 = 34.2$ puntos. ¿Cuentas y simple aritmética, nada más? De ninguna manera. Las académicas resienten más factores estresantes; valga recordar que están mejor dotadas para la relación y en ella al tono y calidez, que sus pares masculinos, y parecerían expresarlo en la dispersión de sus respuestas en la escala Likert de la cuestión.

Tabla 7. Mi trabajo es fuente de una considerable tensión personal. Género								
		n	FED	2	3	4	FDA	Total
Género N= 1932	Masculino	1214	32.9	22.2	24.1	13.2	7.7	100.0
Suma de contiguos			55.1				20.9	
	Femenino	718	29.2	19.4	25.2	16.6	9.6	100.0
Suma de contiguos			48.6				26.1	

FED= fuertemente en desacuerdo; FDA= fuertemente de acuerdo
Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la encuesta Reconfiguración de la Profesión Académica (RPAM).

El alto grado de satisfacción laboral de los académicos, encontrado desde la cuestión específica, mejora en su imagen y significado con la ilustración proporcionada por los tres últimos ítems: se revela como un valor cierto, un activo que requiere ser preservado y sostenido, y un factor directamente ligado al clima y cultura organizacional de cualquier centro educativo. Galaz Fontes (2003) estima que la satisfacción laboral de los académicos justifica su estudio por tres razones: está asociada al desarrollo y dignidad de los trabajadores, es un componente de calidad de vida, y porque un académico satisfecho trabaja mejor en pro de la organización.

Comentarios finales a guisa de conclusiones

- Luego de la revisión y el espacio que se le ha dado, se puede concluir que los encuentros anidados en las respuestas a la cuestión respaldan con holgura, en general, la pertinencia vivida por los académicos en su trabajo. Desde luego que esto se puede tomar como una indicador promedio válido también —grosso modo, con las reservas técnicas propias—, para la pertinencia de las IES en conjunto.
- Si bien se comprueba por los resultados que la satisfacción laboral de los académicos mexicanos de educación superior es significativamente alta, también se evidencian circunstancias preocupantes de acuerdo con las quejas orales que se escuchan un poco por todas partes. Unas se refieren a las condiciones contractuales, casi sin variación frente al aumento visible de nuevas funciones o actividades que se les imponen. Otras giran sobre el incremento de nuevos requisitos burocráticos y administrativos que merman el tiempo y atención a las funciones sustantivas de las IES.
- Los datos expuestos proceden de académicos actuales que prestan sus servicios profesionales de medio y tiempo completo en las IES, conformando lo que pudiéramos llamar la columna vertebral del cuerpo de educación superior del país. Como estadística se reconoce que margina lo faltante, así como el resto del universo ausente en la muestra, pero ciertamente precisa lo que existe, e intenta ayudar a encontrar pertinencias e impertinencias en la educación superior, para consolidar aquéllas y remediar éstas.

- Con base en lo examinado, nos inclinamos, sin desconocer algunos prietitos en el arroz, por un saldo favorable hacia la pertinencia, lo que abre un horizonte de esperanza en la mejora de la calidad educativa de las IES.
- En fin, una gran y seria conclusión que conviene destacar: caeríamos en una grave impertinencia no considerar el sentir de los académicos en referentes tan importantes como los que aquí se han traído a colación.

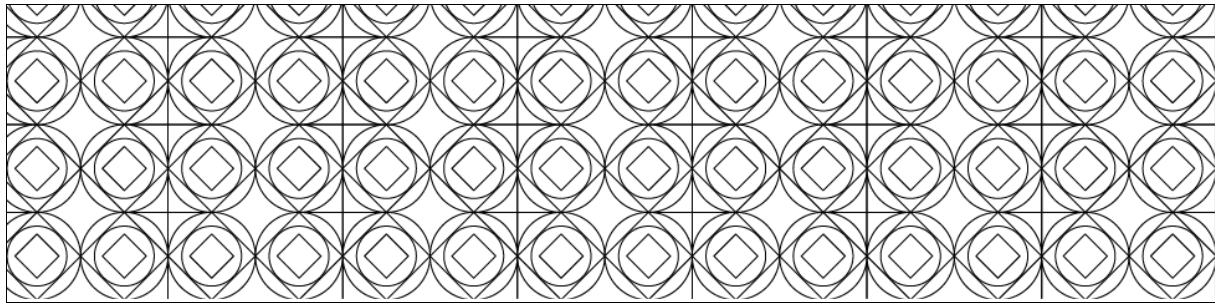
Referencia bibliográfica

- GIL ANTÓN, M. (2004). El Ocaso del Gurú. UAM. México, D. F.
- CHAVOYA PEÑA, M. L. (2001). Organización del trabajo y culturas académicas. Estudio de dos grupos de investigadores de la universidad de Guadalajara. Revista Mexicana de Investigación Educativa, enero-abril, Vol. 6, núm. 11. México: COMIE.
- CORDERO ARROYO, G., GALAZ FONTES, J. F. Y SEVILLA GARCÍA, J. J. (2003). La evaluación de la diversidad en el trabajo académico: los programas de estímulo de la UABC 1990-2002. UABC-ANUIES. Baja California.
- GALAZ FONTES, J. F. Y GIL ANTÓN, M. (2009). La profesión académica en México: Un oficio en proceso de reconfiguración. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 11(2). Consultado el 26 de abril de 2010, en <http://redie.uabc.mx/vol11no2/contenido-galaz2.html>
- GALAZ FONTES ET AL. (2012) La reconfiguración de la profesión académica en México. Edit. Universidad Autónoma de Sinaloa-Universidad Autónoma de Baja California. México.
- GIL ANTÓN, M. ET AL. (1994). Los rasgos de la diversidad: Un estudio sobre los académicos mexicanos. UAM Azcapotzalco. México.
- CASILLAS ALVARADO, M. A. ET AL. (2005). La carrera académica en la Universidad Autónoma Metropolitana: Un largo y sinuoso camino. UAM. México. Disponible en: http://dj.uam.mx/e_libros/carrera_academica/top.html
- HAGEDORN, L. S. (2000). What contributes to job satisfaction among faculty and staff. New Directions for Institutional Research, (vol. 105). Jossey-Bass Publishers. San Francisco.
- IVANCEVICH, JOHN M., MICHAEL T. MATTESON (1993). Organizational behavior and management. 3rd. ed. R. D. Irwin. Burr Ridge, Illinois; Boston, Massachusetts; Sidney, Australia.
- PADILLA GONZÁLEZ, L. E., JIMÉNEZ LOZA, L. Y RAMÍREZ GORDILLO, MA.D. (2008). La satisfacción en el trabajo académico y condiciones del entorno institucional que la afectan. Revista Mexicana de Investigación Educativa. México.
- PADILLA GONZÁLEZ, L. E.(2010). La satisfacción laboral en el ámbito de la profesión académica y su relación con la intención de los académicos de permanecer en la profesión. Ponencia en el 1er. congreso nacional de RDISA. UABC-Ensenada. Baja California.
- PEIRÓ, J. M. A. (1990). Organizaciones: Nuevas perspectivas psicosociológicas. PPU. Barcelona.
- SÁNCHEZ DE APARICIO Y BENÍTEZ, G. A. (2010). "Gestión y cambios en la profesión académica. La reconfiguración de la profesión académica en México", en María Luisa Chavoya Peña y María Guadalupe Moreno Bayardo (Coordinadoras) Temas selectos de la investigación educativa en Jalisco. Universidad de Guadalajara. Guadalajara, Jalisco.
- GONZÁLEZ MARTÍNEZ, A. Y JIMÉNEZ LOZA, L. (2010). "Aportes a la pertinencia de las Ies, en la diversificación de funciones y la satisfacción laboral, desde la voz de sus académicos", (2010) Capítulo en Escenarios actuales y tendencias de la educación superior. Editor Jesús Ancer Rodríguez. 1ª. Edición, Universidad Autónoma de Nuevo León. Págs. Inclusivas: 237-251. Monterrey, N. L.
- UNESCO (1988). Declaración mundial sobre la educación superior en el siglo XXI: Visión y acción. París.
- UNESCO. 1995-2009, Media Services in Higher Education. www.unesco.org

Notas

¹ Conferencia Mundial sobre la Educación Superior. La educación superior en el siglo XXI. Visión y acción. UNESCO, París, 5-9 de octubre de 1998. Tomo I. Informe final. http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm (Artículo 6, inciso a.)

² Gil Antón, M., et al. (1994)



Competencias para la vida en el siglo XXI, a través de la educación. Una revisión teórica

LAURA MILÁN ESPINOSA
BOGAR GARCÍA MARTÍNEZ
LAURA ROMO ROJAS

Resumen

Se presentan propuestas de organismos internacionales e investigadores sobre la importancia de aprender a vivir y las competencias que el ser humano requiere para desarrollar plenamente su potencial y capacidades, mejorar sus condiciones de vida y de trabajo, participar como ciudadanos responsables y afrontar los retos que el siglo XXI nos plantea tanto en lo individual, en lo social, en el trabajo, y que se pueden adquirir a través de la educación. Se hizo una revisión teórica y con los resultados se presenta una propuesta que permitirá a cada persona identificar aquellas competencias que requiere desarrollar, y a cada organización establecer las competencias institucionales que necesita su talento humano para lograr sus metas, y así plantear estrategias para desarrollarlas.

Introducción

El siglo XXI nos presenta grandes retos sociales, económicos, científicos, tecnológicos, familiares, laborales, crisis de valores, cambios constantes. Vivimos en el mundo de la incertidumbre, todo cambia rápido y tenemos que adaptarnos al ritmo o perecer, lo que nos hace cuestionarnos si estamos preparados para enfrentar los desafíos desde un punto de vista personal y social. Las organizaciones no están exentas de enfrentarse a estos retos, deben adaptarse a los constantes cambios en los mercados, en la economía, en las legislaciones laborales y fiscales, para cumplir con sus propósitos de permanecer en el mercado. Tener ganancias requiere de una gestión eficiente de talento humano preparado para afrontar estas circunstancias. Pero, ¿cómo prepararse y desarrollar al talento humano en esta época de variación constante? ¿qué capacidades se requieren?

La situación laboral también presenta grandes retos para la sociedad: trabajos muy exigentes, sueldos modestos, falta de seguridad, costos de vida muy altos, lo que se suma a otros grandes retos sociales como falta de sentido de vida, familias disfuncionales o rotas, adicciones, violencia, inseguridad, abusos, alta valoración del materialismo, hedonismo y relativismo. ¿Qué hacer ante este panorama?

Para responder a la pregunta, se tiene como objetivo identificar las propuestas de organismos internacionales e investigadores sobre la importancia de aprender a vivir y las competencias que el ser humano requiere para desarrollar plenamente su potencial y capacidades, mejorar sus condiciones de vida y de trabajo, participar como ciudadanos responsables y afrontar los retos que el siglo XXI nos presenta tanto en lo individual, en lo social y en el trabajo a través de la educación.

Aprender a vivir

Se parte de que es necesario aprender a vivir, la educación debe preparar al hombre para la vida, para saber qué tareas realizar y cómo enfrentarse a ellas, cómo armonizar y conciliar las acciones para satisfacer las necesidades. La tarea fundamental de la educación es preparar para la vida, enseñar a valorar la importancia que tienen las cosas y los hechos, y motiva el interés en conocerlas para utilizarlas, transformarlas o mejorarlas. La educación para la vida implica preparar al ser humano para saber afrontar exigencias y demandas, conocerse, dirigir y orientar su conducta, hacer elecciones correctas, tomar decisiones, resolver los problemas que se enfrentan cotidianamente, comunicarse óptimamente con los demás, convivir en armonía y cooperativamente con los semejantes, transformar creativamente el mundo en que vivimos, formar una jerarquía de valores rectora de la personalidad, orientar para que cada quien encuentre su finalidad o sentido para su vida. (Torroella, 2001: 79)

Delors (1996) dice que se requiere una educación durante toda la vida, que ayude a la persona a su estructuración continua, conociéndose a sí mismo, a su ambiente, desarrollando sus atributos, su capacidad de juicio y acción, para desempeñar una función social en el trabajo y en la comunidad. Esto se puede lograr si desarrollan los cuatro pilares del aprendizaje: aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a vivir juntos. Se pretende que la educación a lo largo de la vida brinde herramientas para ordenar las distintas etapas de la misma, para preparar las transiciones, diversificar y valorar las trayectorias de los niños, jóvenes y adultos. Cualquier sistema de enseñanza debe atender los cuatro pilares del conocimiento a fin de que la educación sea para el ser humano, a lo largo de su vida, una experiencia global en los planos del conocimiento y la práctica, tanto en lo individual como en lo social. En la educación para la vida es necesario que las personas tengan conocimientos y acceso a la información para ejercer su autonomía. Sólo las personas que saben que tienen derechos pueden lograr que estos sean respetados y utilizar todos los medios disponibles para proteger los suyos y los de los demás. (UNESCO, 2005).

La educación para la vida debe preparar para afrontar la existencia de la mejor manera posible. La educación en México debe formar ciudadanos capaces de engrandecer y desarrollar el país en que vivimos con visión global y raíz nacional, con capacidades y valores propios de la democracia, como la libertad, responsabilidad individual y colectiva, respeto a la ley y a los derechos humanos, capacidad de diálogo y tolerancia (Flores-Crespo, 2006).

Concepciones sobre competencias para la vida

Aprender a vivir significa saber y poder hacerle frente a las circunstancias que en ocasiones se interponen con lograr los propósitos planteados; es saber hacer en cada momento la acción justa, apropiada y satisfactoria para uno mismo y para la comunidad en que vive (Torroella, 2001: 79) En el documento Una educación de calidad para los jóvenes (2004), la UNESCO comenta que el término "habilidades para la vida" (life skills) surgió hace algunas décadas como respuesta a la necesidad de incluir en el currículo escolar elementos que pudieran ayudar a los alumnos a tomar decisiones, y a hacer frente a riesgos y a situaciones de emergencia y de supervivencia que les pudieran tocar. Life skills se refería además a la necesidad de fomentar el desarrollo personal de los estudiantes, ayudarlos a desarrollar su potencial y a disfrutar de una vida privada y social exitosa. Este concepto se usó en forma restringida y asociada sólo al logro de ciertas conductas y comportamientos. Actualmente se considera un concepto más amplio, "competencias para la vida" (competencies for life), que es percibido como "capacidades" (conocimiento, habilidades, valores, actitudes, comportamientos) para enfrentar exitosamente los desafíos diarios de la vida (privada, profesional y social) y a las situaciones excepcionales, así como para proyectar un futuro mejor.

El concepto de competencias claves para la vida está influido inevitablemente por lo que cada sociedad valora como las metas para el desarrollo humano y socioeconómico. "Dependiendo de la forma en la que se conciben las competencias clave, se refuerzan o debilitan ciertas imágenes de la sociedad" (Rychen y Hersh, 2004: 31). La Comisión Europea (2004) usa el término competencia clave como capacidades de supervivencia y habilidades prácticas para la vida, las considera como el logro de un mayor nivel de integración entre las capacidades y la amplitud de objetivos sociales de un individuo.

Las competencias clave representan un paquete multifuncional y transferible de conocimientos, destrezas y actitudes que todos los individuos necesitan para su realización y desarrollo personal, inclusión y empleo. Estas deberían haber sido desarrolladas para el final de la enseñanza o formación obligatoria y deberían actuar como la base para un posterior aprendizaje como parte de un aprendizaje a lo largo de la vida (Comisión Europea, 2004: 7).

Las competencias clave son transferibles, es decir, aplicables en diversas situaciones y contextos, así como multifuncionales, ya que se pueden utilizar para resolver diferentes tipos de problemas, realizar diferentes tipos de tareas, lograr diversos objetivos. Las competencias clave se consideran un prerrequisito para lograr un adecuado rendimiento personal en la vida, en el trabajo y en el continuo aprendizaje.

No todas las competencias que son relevantes para la vida pueden ser proporcionadas por una educación inicial, ya que: a) las competencias se desarrollan y cambian, se adquieren más o se pierden a lo largo de la vida; b) los cambios en las estructuras sociales, económicas y las transformaciones tecnológicas plantean nuevas demandas a los individuos a lo largo de sus vidas adultas; c) la habilidad de pensar y actuar reflexivamente crece con la madurez, es decir, el desarrollo cognitivo no se detiene en la adolescencia sino que continúa a lo largo de la vida adulta (DeSeCo, 2005).

Existe una necesidad internacional de mejorar la calidad y la pertinencia de la formación de recursos humanos ante la evolución tecnológica en los nuevos sistemas de trabajo, de fomentar el aprendizaje a lo largo de la vida, mejorar la competitividad de las empresas, las condiciones de vida y de trabajo de las personas. En respuesta surge la formación en competencias (SEP, 2010: 8).

La educación centrada en el aprendizaje, se basa en el enfoque por competencias que permite al ser humano realizar su propio esfuerzo en la construcción de saberes significativos que le den sentido a lo que realiza y le posibilitan a seguir descubriendo y desarrollando sus potencialidades. (Camacho, SEP, 2010: 3).

El enfoque educativo basado en el desarrollo de competencias reconoce que el aprendizaje se desarrolla de manera permanente en diversos ámbitos y en distintas formas y circunstancias. Las competencias integran conocimientos, habilidades y actitudes que se movilizan de forma integral en contextos específicos (SEP, 2010).

Una vez revisados y analizados los conceptos dados por organismos internacionales e investigador, se propone una definición de Competencias para la Vida como las capacidades, conocimientos, habilidades, valores y actitudes que todos los individuos necesitan para lograr su identidad, realización y desarrollo personal, para proyectar un futuro mejor, desarrollar relaciones armónicas, participar eficazmente en los ámbitos personal, social, profesional y político, para saber y enfrentar exitosamente los desafíos de la vida diaria y las situaciones excepcionales, para comprender el mundo, influir en él y transformarlo.

Revisión teórica de competencias para la vida

A continuación se enlistan las propuestas de cuáles son las competencias para la vida que se requieren en el siglo XXI.

La Declaración Universal sobre Educación para Todos (1990), identifica en su primer artículo las necesidades básicas de aprendizaje que los seres humanos requieren para sobrevivir, desarrollar plenamente sus capacidades, vivir y trabajar con dignidad, para participar plenamente en el desarrollo, mejorar la calidad de su vida, tomar decisiones fundamentadas y continuar aprendiendo. Estas necesidades incluyen las herramientas esenciales del aprendizaje, tales como la lectura, la escritura, la expresión oral, el cálculo, la solución de problemas, así como conocimientos teóricos y prácticos, valores y actitudes. En el artículo 4º propone centrar la atención en el aprendizaje, ya que si los individuos verdaderamente aprenden, es decir, adquieren conocimientos útiles, capacidad de raciocinio, aptitudes y valores, podrán tener un desarrollo genuino a nivel personal y a nivel de la sociedad.

Delors (1996) planteó los cuatro pilares de la educación, mismos que recogen el objetivo general de la enseñanza de las competencias para la vida, que debería permitir a los jóvenes acceder a los instrumentos necesarios para transformar a las sociedades y contribuir a la realización de una "mundialización con carácter humano". a) Aprender a conocer; b) Aprender a hacer; c) Aprender a vivir juntos; d) Aprender a ser.

Morin (1999) establece que hay siete saberes «fundamentales» que la educación del futuro debe tratar en cualquier sociedad y en cualquier cultura (sin excepción alguna ni rechazo según los usos y las reglas propias), y que son base de las competencias para la vida: 1.- Las cegueras del conocimiento; 2.- Los principios de un conocimiento pertinente; 3.- Enseñar la condición humana; 4.- Enseñar la identidad terrenal; 5.- Enfrentar las incertidumbres; 6.- Enseñar la comprensión, y 7.- La ética del género humano.

Torroella (2001) considera que las competencias para la vida parten de ciertos aprendizajes básicos que constituyen un sistema que se rige por la orientación de valores o sentido de la vida, es decir, por satisfacer las necesidades superiores que promueven el desarrollo humano, la autorrealización. El investigador cubano clasifica los aprendizajes básicos para la vida en tres grupos de acuerdo con los objetivos predominantes y a los aspectos principales de la vida a que se refieren, aunque todos están relacionados entre sí como un sistema (Torroella, 2001: 80-81): 1.- Aprender a vivir consigo mismo; 2.- Aprender a convivir y comunicarse con otros; 3.- Aprender a afrontar la vida. El ser humano tiene necesidades básicas (biológicas y psicológicas) y necesidades superiores, espirituales o de autorrealización y puede responder a ellas de forma negativa o positiva. Los aprendizajes básicos para la vida ayudan a satisfacerlas de forma positiva, generando personalidades saludables. La personalidad saludable asume y adopta actitudes y conductas abiertas, comunicativas, afirmativas, que se transforman mejorándose a sí mismas y a la comunidad en la que viven.

La UNESCO (2004) establece que las competencias para la vida son cada vez más esenciales en un mundo en el que la información y la tecnología se renuevan a una velocidad creciente y las necesidades de los jóvenes deben ser base de su educación.

Las competencias para la vida deben preparar a los jóvenes para el mundo del trabajo y para ayudarlos a enfrentar los muchos riesgos de la vida actual, así como a responder eficazmente a los contextos y tensiones a los cuales se enfrentan ahora y en el futuro, en la sociedad y en su vida profesional y laboral (UNESCO, 2004: 110).

La Comisión Europea formó un grupo de trabajo en el 2001 con el objetivo de "identificar y definir qué son las nuevas destrezas y cuál es la mejor manera de integrarlas al currículum, mantenerlas y aprenderlas a lo largo de la vida" (Comisión Europea, 2004: 3). En 2004, este grupo presentó un informe provisional en el que considera a la competencia como "el logro de un mayor nivel de integración entre las capacidades y la amplitud de objetivos sociales de un individuo" y las organizó en ocho dominios: 1.- Comunicación en la lengua materna; 2.- Comunicación en una lengua extranjera; 3.- Competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología; 4.- Competencia digital; 5.- Aprender a aprender; 6.- Competencias interpersonales y cívicas; 7.- Espíritu emprendedor; 8.- Expresión cultural.

Farstad (2004) subdivide las competencias fundamentales en personales (cognitivas, psicosociales), interpersonales y físicas o prácticas. Retomando a Eurydice, 2002; Unión Europea, 2004; Ministerio de Educación e Investigación, 2004; Banco Mundial, 2003; Rye y Torbjørnsen, 2004, Farstad (2004:9) plantea las siguientes aptitudes y competencias como esenciales: 1.- El dominio de la lengua materna; 2.- El trabajo en equipo; 3.- La resolución de problemas; 4.- La aritmética elemental; 5.- Conocimientos básicos sobre ciencias naturales; 6.- La utilización de la tecnología de la información y la comunicación, 7.- La competencia de aprendizaje.

A finales de 1997, la OCDE inició el Proyecto Definición y Selección de Competencias (DeSeCo) con la finalidad de identificar las competencias clave para una vida próspera, la realización personal, la inclusión social, el empleo en una sociedad del conocimiento y para vivir en una sociedad con buen funcionamiento. El proyecto identificó desafíos universales de la economía global y la cultura, reconoció la diversidad de prioridades y valores a lo largo de países y culturas comunes que aportan para la selección de las más importantes competencias. (DeSeCo, 2005)

Las competencias fundamentales para la vida establecidas en el Proyecto DeSeCo se mencionan en el cuadro 1.

Cuadro 1. Competencias Proyecto DeSeCo	
Categorías	Competencias Fundamentales
1: Usar las herramientas de forma interactiva	A. Uso interactivo del lenguaje, los símbolos y los textos B. Uso interactivo del conocimiento y la información C. Uso interactivo de la tecnología
2: Interactuar en grupos heterogéneos	A. Relacionarse bien con otros B. Cooperar y trabajar en equipo C. Manejar y resolver conflictos
3: Actuar de manera autónoma	A. Actuar dentro del contexto del gran panorama B. Formar y conducir planes de vida y proyectos personales C. Defender y asegurar derechos, intereses, límites y necesidades
Fuente: OCDE, 2005:4	

En el documento Hacia las sociedades del conocimiento, la UNESCO (2005) establece que los jóvenes están llamados a desempeñar un papel fundamental en la sociedad del conocimiento, ya que suelen hallarse a la vanguardia de la utilización de las nuevas tecnologías y contribuyen a insertar la práctica de éstas en la vida diaria. Toda sociedad posee la riqueza de un vasto potencial cognitivo que conviene valorar.

En las sociedades del conocimiento todos tendremos que aprender a desenvolvernos con soltura en medio de la avalancha aplastante de informaciones, y también a desarrollar el espíritu crítico y las capacidades cognitivas suficientes para diferenciar la información "útil" de la que no lo es.

Flores-Crespo (2006) plantea la necesidad de que la educación se oriente al desarrollo integral de las personas de manera equilibrada en conocimientos, valores, convicciones éticas, habilidades cognitivas, dominio de sí mismo, actitudes críticas y objetivas, competencias lingüísticas y expresivas, capacidad de aprender a resolver problemas de manera creativa, capacidad de trabajar colectivamente, con visión de su región, del país y del mundo, con sensibilidad social, aprecio y responsabilidad con el medio ambiente, conocimiento de la historia y las culturas como fundamento de la identidad. Esto es, se pretende que la educación forme ciudadanos capaces de engrandecer y desarrollar el país en que vivimos.

Molerio, Otero, Nieves (2007) dicen que existen varios tipos de aprendizajes para la vida, la capacitación, el desarrollo profesional y el desarrollo del

sujeto que debería de promover la escuela de manera formal. Para ello definen tres sistemas: el primero se orienta a aprender a vivir consigo mismo, el segundo, a socializarse y el tercero engloba aprender, estimar, disfrutar y crear valores positivos.

La SEP (2010) establece que para lograr que los jóvenes del siglo XXI desarrollen sus capacidades para adaptarse a los continuos cambios, deben recibir una educación y formación basada en competencias, dentro de las que se encuentran las genéricas, las disciplinares y las profesionales. Las competencias genéricas se agrupan en seis categorías generales, como se muestran en el cuadro 2.

Cuadro 2. Competencias Genéricas de la SEP	
Categorías generales	Competencias Genéricas
Se autodetermina y cuida de sí	1. Se conoce y valora a sí mismo y aborda problemas y retos teniendo en cuenta los objetivos que persigue.
	2. Es sensible al arte y participa en la apreciación e interpretación de sus expresiones en distintos géneros.
	3. Elige y practica estilos de vida saludables.
Se expresa y se comunica	4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.
Piensa crítica y reflexivamente	5. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.
	6. Sustenta una postura personal sobre temas de interés y relevancia general, considerando otros puntos de vista de manera crítica y reflexiva.
Aprende de forma autónoma	7. Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.
Trabaja en forma colaborativa	8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.
Participa con responsabilidad en la sociedad	9. Participa con una conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, México y el mundo.
	10. Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales.
	11. Contribuye al desarrollo sustentable de manera crítica, con acciones responsables.

Fuente: Acuerdo número 444 por el que se establecen las competencias que constituyen el marco curricular común del Sistema Nacional de Bachillerato. DOF del 21 de octubre de 2008.

Propuesta

Una vez que se identificaron diferentes propuestas de competencias para la vida (diez revisiones), se pueden agrupar en cuatro pilares de la educación (Tabla 1). Algunas se centran más en alguno de los pilares, otras retoman a varios de ellos. Las propuestas que abarcan los cuatro pilares son la de Morin (1999), la de Torreolla (2001), la UNESCO (2004), la Comisión Europea (2004), DeSeCo (2004), Flores-Crespo (2006). La propuesta de Farstad (2004) incluye tres de los cuatro pilares, aprender a conocer, a hacer y a convivir. La propuesta de Molero, Otero y Nives (2007) incluye tres de los cuatro pilares, aprender a hacer, a convivir y a ser. La propuesta de la UNESCO (2005) sólo se centra en el aprender a hacer, ya que es un análisis de lo que se requiere en la sociedad del conocimiento.

Tabla 1. Propuestas de las competencias para la vida clasificadas en los cuatro pilares del aprendizaje		
Pilares	Competencias	
SABER	Conocer, comprender, descubrir	
	Aprender a pensar	
	Leer (entender lo que se lee) y escribir con claridad	
	Saber cómo conocemos y aprendemos, la función del cerebro y de la cultura	
	Conocer la condición humana	
	Identificar las relaciones y las influencias entre las partes y el todo	
	Conocimientos teóricos sobre ética y valores	
	Conocimientos en matemáticas, álgebra, cálculo mental y escrito, entendimiento básico de los conceptos matemáticos y la capacidad de utilizarlos	
	Conocimientos en ciencia, tecnología	
	Conocimientos digitales	
	Conocimientos básicos sobre ciencias naturales	
	Comprender el mundo que nos rodea	
	Visión de su región, del país y del mundo. Tener Cultura general	
	Conocimiento de sus derechos y obligaciones como persona, como mexicano	
	Aprender ciudadanía	
	Lograr identidad terrenal	
	Pensamiento lógico, crítico, reflexivo y creativo	
	HACER	Afrontar la vida, diferentes situaciones, las incertidumbres
		Resolver problemas con creatividad: analizar problemas, plantear soluciones, adoptar decisiones, evaluar resultados
Habilidad y disposición para usar los conocimientos y metodología para experimentar y explicar el mundo natural		
Entendimiento y aplicación de los conocimientos y metodología para modificar el entorno natural en respuesta a deseos o necesidades humanas con visión de largo plazo		
Aprender a aprender, disposición y habilidad para organizar y regular el propio aprendizaje, tanto individualmente como en grupos, organizar el tiempo, resolver problemas, procesar, evaluar y asimilar conocimientos nuevos y aplicarlos, articular saberes de diversos campos y establecer relaciones entre ellos y su vida cotidiana		
Dominar la lectura		
Aplicar lo que se aprende		
Capacidad para buscar, seleccionar, jerarquizar y organizar información		
Aprovechar la información, recabada, ordenarla, manejarla y utilizarla		
Ser productivo, usar los recursos eficientemente		
Planeación y organización		
Resolver problemas básicos de matemáticas, ciencia y tecnología.		
Habilidad de conocer las relaciones e influencias recíprocas entre las partes y el todo en un mundo complejo		
Tener espíritu emprendedor, habilidad para inducir cambios, acoger, apoyar y adaptarse a los cambios.		
Asumir riesgos y afrontar fracasos y frustraciones		
Usar las herramientas (lenguaje, símbolos, textos, conocimiento, información, tecnología) en forma interactiva		
Utilización confiada y crítica de la tecnología de la información y la comunicación,		
Sustentar una postura personal sobre temas de interés y relevancia general, considerando diversos puntos de vista de manera crítica y reflexiva		
CONVIVIR	Expresarse y comunicarse	
	Comunicación en lengua materna y en una lengua extranjera	
	Comunicarse con sensibilidad y comprensión, dialogar	
	Convivir armónicamente con otros (familia, pareja, compañeros,...)	
	Comprender a los otros	
	Respetar las diferencias	
	Entendimiento intercultural	
	Participar de forma eficiente y constructiva, así como resolver conflictos en la vida social, en la interacción con otros individuos en contextos personales, familiares y públicos	
Interactuar en grupos heterogéneos, manteniendo una actitud respetuosa hacia la interculturalidad, diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales		
Trabajar en forma colaborativa; facilitando las relaciones interpersonales, definiendo un curso de acción con pasos específicos, aportando puntos de vista con apertura y considerando los de otros de manera reflexiva		

	Capacidad de dialogo: argumentar, debatir, escuchar, proponer nuevas soluciones
	Aprender a socializar, a elegir pareja, establecer una unión matrimonial y familiar estable y satisfactoria
	Manejar y resolver conflictos, por medio del diálogo
	Sensibilidad social,
	Aprecio y responsabilidad con el medio ambiente, contribuyendo a lograr un equilibrio entre los intereses de corto y largo plazo en este sentido
	Identidad con base en conocer la historia y las culturas
	Vivir la ciudadanía participando con responsabilidad en la sociedad, con conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, su región, su país y el mundo
	Fortalecer la sociedad humana a través de la ciudadanía, la justicia, la equidad, la paz y los valores humanos
SER	Conocerse a sí mismo, valorarse, mejorar la autoestima
	Aprender a vivir consigo mismo,
	Autodeterminarse, cuidar de sí mismo, promover la salud integral, lograr la autonomía
	Desarrollar la voluntad y la propia personalidad, lograr el dominio de sí mismo
	Actuar de forma autónoma con juicio responsable, asumiendo las consecuencias de las decisiones y actos
	Formar una jerarquía de valores, un sentido de vida
	Plantear y conducir planes y proyectos de vida
	Tener una visión estratégica, marcar y cumplir objetivos, estar motivado para triunfar
	Enfrentar positivamente las situaciones de la vida
	Practicar estilos de vida saludables, evitando situaciones y hábitos de riesgo, teniendo una buena y equilibrada alimentación y realizando actividad física,
	Desarrollar capacidades que permitan a los individuos ampliar sus posibilidades de elección
	Inteligencia emocional y manejo del estrés
	Expresión cultural, apreciación e interpretación del arte en sus distintas expresiones (música, literatura, artes plásticas, expresión corporal) como manifestación de la belleza, las ideas, las sensaciones y las emociones
	Contar con valores positivos (belleza, amor, bondad, verdad, justicia, dignidad, felicidad), con convicciones éticas, integridad
	Defender y asegurar derechos, intereses, límites y necesidades, contribuyendo a alcanzar un equilibrio entre el interés y bienestar individual y el interés general de la sociedad
	Ser ciudadanos capaces de engrandecer y desarrollar el país en que vivimos
	Ser libre, independiente y solidario
	Tener actitudes críticas y objetivas
	Pensar, trabajar, crear
	Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

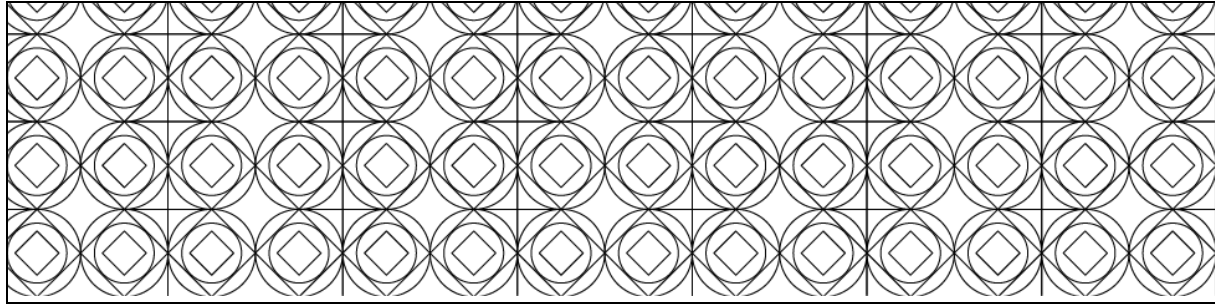
Las competencias para la vida integran los conocimientos, habilidades, valores, actitudes y destrezas que cada quien necesita para fijarle un rumbo a su vida y, al mismo tiempo, hacerle frente como se presenta día con día, para tomar decisiones y realizar las acciones que se requieren según las circunstancias, para desarrollar las potencialidades que cada quien tiene realizándose a sí mismo y ayudando a la comunidad en que se vive a ser mejor.

Así, el objetivo, identificar las propuestas de organismos internacionales e investigadores sobre la importancia de aprender a vivir y las competencias que el ser humano requiere para desarrollar plenamente su potencial y capacidades, para mejorar sus condiciones de vida y de trabajo, para participar como ciudadanos responsables y afrontar los retos que el siglo XXI nos presenta, tanto en lo individual, en lo social, en el trabajo y la educación, se logra al identificar que es necesaria una educación para la vida y a lo largo de la vida que fomente aprendizajes en los cuatro aspectos básicos: conocer, hacer, convivir y ser. Sólo trabajando todos se puede conseguir el desarrollo integral de cada persona y de la sociedad.

El listado presentado permite que cada quien identifique cuáles de las competencias básicas para la vida ha logrado desarrollar, cuáles le hacen falta para desenvolverse en diferentes ámbitos. Asimismo, este listado permite que cada empresa identifique las competencias organizacionales que es necesario que todos sus colaboradores cuenten para lograr sus objetivos y las que se requieren en cada puesto de trabajo, lo que permitirá una eficiente gestión del talento en la sociedad del conocimiento con orientación al bien común. Limitante de la investigación, es que se está trabajando en la evidencia empírica, con la finalidad de ver la tendencia que tienen actualmente egresados de educación superior.

Referencia bibliográfica

- COMISION EUROPEA (2004). Educación y Formación 2010, Competencias Clave para un Aprendizaje a lo largo de la vida, un marco de referencia europeo. Comisión Europea, Dirección General de Educación y Cultura, 13 noviembre 2011 Disponible en: http://www.educastur.princast.es/info/calidad/indicadores/doc/comision_europea.pdf
- DELORES JAQUES (1996). La educación encierra un Tesoro. México: Ediciones UNESCO.
- DESECO (2005). The Definition and Selection of Key Competencies, Executive Summary. OCDE, 12 Dic. 2011 Disponible en: <http://www.oecd.org/dataoecd/47/61/35070367.pdf>
- FARSTAD, HALFDAN (2004). "Las competencias para la vida y sus repercusiones en la educación". Documento de apoyo en el Taller de Calidad de la educación y competencias para la vida de la 47ª reunión de la Conferencia Internacional de Educación de la UNESCO, 15 febrero 2012 <http://www.ibe.unesco.org/International/ICE47/Spanish/Organisation/Workshops/Background%20at-3-ESP.pdf>
- FLORES CRESPO, PEDRO (2006). "Los retos de México en el futuro de la Educación." (México, Consejo de Especialistas para la Educación)
- HERSH SALFANIK, LAURA, SIMONE, RYCHEN DOMINIQUE., MOSER, U., KONSTANT, J. W. (1999). "Definición y selección de competencias, Proyectos sobre Competencias en el Contexto de la OCDE, Análisis de base teórica y conceptual." OCDE, 13 nov. 2012, en http://www.deseco.admin.ch/bfs/deseco/en/index/03/02_parsys.59225_downloadList.58329.DownloadFile.tmp/1999_proyectosocompetencias.pdf
- MOLEIRO PÉREZ, OSANA, OTERO RAMOS, IDANIA, NIEVES ACHÓN, ZAIDA (2007). "Aprendizaje y desarrollo humano." Revista Iberoamericana de Educación, núm. 44: 3-25, 19
- ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (OEI), 16 Feb. 2012 <http://www.rieoei.org/deloslectores/1901Perez.pdf>
- MORIN, EDGAR (1999). Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. UNESCO, 15 de mayo 2011 <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001177/117740so.pdf>
- OCDE DEFINITION AND SELECTION OF COMPETENCIES (DESECO) http://www.oecd.org/document/17/0,3746,en_2649_39263238_2669073_1_1_1_1_00.html página web
- RYCHEN SIMONE, DOMINIQUE, HERSH SALGANIK, LAURA (2004). Definir y seleccionar las competencias fundamentales para la vida. México: Fondo de Cultura Económica
- SEP (2008). ACUERDO número 444 por el que se establecen las competencias que constituyen el marco curricular común del Sistema Nacional de Bachillerato. En Diario Oficial de la Federación del 21 de octubre de 2008, recuperado en mayo 2012 en: http://normatecainterna.sep.gob.mx/work/models/normateca/Resource/243/1/images/acuerdo_444_competencias_marco_curricular_sistema_nacional_ba
- TORROELLA GONZÁLEZ MORA, GUSTAVO. (2001). Educación para la vida, el gran reto. Revista Latinoamericana de Psicología, año/vol. 33, núm. 001: 73-84
- Fundación Universitaria Konrad Lorenz, Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/805/80533108.pdf>
- UNESCO (1994). "Declaración universal de educación para todos." 15 febrero. 2012 <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001275/127583s.pdf>
- UNESCO (2004). "Una educación de calidad para todos los jóvenes. Reflexiones y contribuciones en el marco de la 47ª Conferencia Internacional de Educación de la UNESCO." Ginebra, 16 febrero 2012 http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/archive/publications/free_publications/educ_qualite_esp.pdf
- UNESCO (2005). "Hacia las sociedades del conocimiento." Francia, 1 abril 2012. <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>



Gestión estratégica en las instituciones de educación superior: experiencia de un proceso de planeación participativa

ROSALBA MARTÍNEZ HERNÁNDEZ

CARLOS GONZÁLEZ LÓPEZ

PILAR PASTOR PÉREZ

IGNACIO VILLEGAS FLORES

Resumen

Ante un entorno actual, de incertidumbre y riesgos, las instituciones de educación superior (IES), como cualquier otra organización, requieren adaptarse a su entorno y mantener sus ventajas competitivas. La forma de lograrlo de manera exitosa es entonces una cuestión esencial, de ahí la necesidad de diseñar e implementar herramientas administrativas que posibiliten a las IES el logro de sus objetivos y metas tanto a corto como a largo plazo. Así, el propósito de este trabajo es ofrecer un espacio de reflexión en torno al proceso de gestión estratégica en las IES, con base en algunos elementos del marco de la teoría de las organizaciones, haciendo énfasis en la fase de planeación. Particularmente, se analiza el caso de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, haciendo especial referencia a la metodología de planeación participativa iniciada el primer semestre del año en curso. Los avances y resultados obtenidos hasta el momento revelan el interés de la comunidad de la IES analizada por contribuir al ejercicio de planeación, lo que genera una fuerte expectativa de compromiso a la hora de su implementación.

Introducción

Las transformaciones socio-económicas globales han impuesto una creciente transnacionalización y segmentación de los mercados, y nuevos patrones de producción, distribución y consumo económico; los cambios en la sociedad del conocimiento han afectado las funciones de transmisión de conocimiento y de investigación; los cambios culturales han introducido otras formas de organización y de relación flexible en la vida social de las instituciones y de sus actores; las modificaciones en la vida laboral (flexibilidad, trabajo auto-programable) han afectado profundamente el volumen de trabajo activo, los perfiles profesionales y ocupacionales; diferentes concepciones económico-políticas, como el liberalismo económico, han llevado a nuevas representaciones y realizaciones de libertad, autonomía, ética, igualdad y desigualdad; las innovaciones tecnológicas han conmocionado las relaciones tiempo-espacio, produciendo nuevas estructuras, subjetividades y formas de relación social en los ámbitos local y global.

Este panorama supone el entorno general para todo tipo de instituciones. Adicionalmente, en el ámbito de la educación superior, son evidentes las exigencias que la sociedad del conocimiento demanda a los distintos sistemas de educación, lo que ha dado lugar a una diversidad de instituciones con objetivos variados y orientados a diversos tipos de educandos, delineándose así, una tendencia que supone el incremento de los índices de participación de

instituciones en la enseñanza superior, a todos los niveles (mundial, nacional, regional y local) y en todas las áreas (UNESCO, 2009: 5). Adicionalmente, este panorama supone una marcada competencia, por los alumnos, por los profesores, por los fondos de investigación, por captar el mejor personal administrativo, etc. En este sentido los gobiernos e instituciones a nivel global y local, orientados a mejorar la calidad y pertinencia de la educación superior mediante los financiamientos que otorgan, acentúan la competencia y rivalidad entre las IES de todos los contextos.

En definitiva, el entorno notablemente transformado para las IES pone de relieve el mayor número de retos que ha de asumir y enfrentar la dirección de cada institución y la necesidad de directores capaces de gestionarlas hacia el logro de sus objetivos a corto y largo plazo, aun en circunstancias de cambio incesante. Asimismo, se pone de relieve la necesidad de mecanismos de gestión eficientes que posibiliten una adecuada administración de recursos y coordinación de esfuerzos orientados hacia el mismo rumbo. La cuestión es qué y cómo hacen las IES conscientes de este escenario para lograr gestiones eficientes, hacer frente a sus retos y que sus directivos sean hábiles para tomar decisiones acertadas.

Este trabajo tiene la finalidad de ofrecer un espacio de reflexión en torno al proceso de gestión de la planeación estratégica mediante procesos participativos en las IES. Así, se estructura este trabajo en cinco apartados que se presentan a continuación: en primer lugar, se señalan algunos elementos de gestión estratégica en forma general para todo tipo de organizaciones (apartado I) y, en particular, los aspectos relacionados a la planeación en las IES (apartado II), destacando las bondades de la metodología de planeación participativa en el contexto de la educación superior en México. En segundo lugar se analiza el caso de la FCA de la UASLP (apartado III), haciendo énfasis en la experiencia del proceso de planeación participativa iniciado en 2014 (apartado IV); y, finalmente, a modo de conclusión (apartado V), se hace una reflexión sobre los desafíos futuros de la dirección estratégica universitaria y los sistemas de planeación participativa, en el actual contexto de cambios en que las IES están sometidas.

Gestión estratégica

Con la finalidad de establecer los puntos de referencia de este trabajo se abordan algunos conceptos de la gestión estratégica frecuentemente analizados en el campo de las organizaciones de la iniciativa privada, más tarde utilizados por las organizaciones del sector público, entre ellas las IES.

Inicialmente, cabe señalar que la estrategia se refiere a una serie de medidas competitivas y planteamientos que tanto la dirección como el equipo de gestión ejecutiva utilizan para hacer crecer a la organización, atraer y satisfacer a sus clientes, competir con éxito, realizar las operaciones y alcanzar los niveles deseados de desempeño organizacional (Thompson et ál., 2008: 4).

La gestión estratégica se visualiza como un medio para alcanzar los objetivos a largo plazo, requiere la estrategia como búsqueda de un plan de acción que permita desarrollar una ventaja competitiva, estableciendo planes y medios a través de un proceso iterativo que se inicia por el reconocimiento de la situación actual. Sus elementos básicos incluyen: 1) La comprensión de la conducta competitiva como un sistema en continua interrelación entre competidores, clientes, dinero y recursos; 2) La predicción de movimientos estratégicos hacia el equilibrio competitivo; 3) Los recursos e identificación de las diferentes fuerzas que la influyen, entre ellas los factores internos de la empresa, como las fuerzas y debilidades, los valores personales de los directivos, y los factores externos de la compañía que incluyen oportunidades y riesgos de su entorno, así como de las expectativas sociales (Porter, 2001: 13). En este sentido, la estrategia debe adecuarse a las circunstancias cambiantes del entorno, debe mantenerse en proceso, ajustarse a la situación externa e interna de la organización y buscar una ventaja competitiva permanente que permita mejorar su desempeño. De este modo, la estrategia se modela tanto con las decisiones de la dirección y del equipo de gestión en relación a la ventaja competitiva, como por la necesidad de adaptarse y aprender sobre la marcha (Thompson et al., 2008: 9).

La estrategia que permite desarrollar una ventaja competitiva, en palabras de Blanco Dopico (1995: 142), “define los objetivos a largo plazo de la empresa estableciendo planes y medios”, como un proceso iterativo que se inicia por el reconocimiento de la situación actual. Para la citada autora los elementos básicos de la estrategia incluyen: 1) La comprensión de la conducta competitiva como un sistema en continua interrelación entre competidores, clientes, dinero y recursos; 2) La predicción de movimientos estratégicos hacia el equilibrio competitivo; 3) Los

recursos a confiar para nuevos usos aunque sus beneficios se retarden; 4) La predicción del riesgo que justifique la utilización de recursos y; 5) la motivación para actuar.

Es preciso subrayar que en la planeación se establece la fijación de los objetivos o elementos de referencia, así como los medios y métodos de medición para su control. En este sentido, como propone Thompson et al. (2008: 36), cuanto más diversificadas estén las operaciones de la organización, menor injerencia tienen los directores y por lo tanto deben delegar una considerable autoridad en su elaboración al equipo de gestión a cargo de subsidiarias, divisiones, líneas de producto, oficinas regionales de ventas, centros de distribución y plantas particulares, por estar en mejor nivel para valorar la posición local en la que debe tener lugar la elección estratégica. Con esta base se desarrolla la ejecución de la actividad en busca del objetivo predeterminado y la posibilidad de medir el resultado obtenido; si la medición indica la existencia de desviaciones, es decir un gap entre los objetivos y los logros reales, se ponen en marcha las acciones correctivas correspondientes, constituyendo así la esencia del proceso de control.

Ante las actuales formas o estructuras de las organizaciones en las que se desarrolla la estrategia, se realiza una progresiva descentralización de las decisiones, y surge la necesidad de orientar la actuación individual y de cada departamento o unidad organizativa hacia los objetivos de la organización (Widener, 2007: 758) que promuevan la actuación coordinada de las diferentes personas y unidades organizativas alineada con los objetivos de la dirección (AECA, 1990: 17).

De ahí que para el desarrollo de la gestión estratégica en las organizaciones es necesaria la comunicación y participación de todos los involucrados en la organización, a fin de hacer disponible información útil para gestores y directivos a todos los niveles. Particularmente es necesaria aquella información que constituye el fundamento de la planeación y el control a través de la cual se evalúa el desempeño de la organización en función del alcance de los objetivos, tanto a nivel estratégico como operativo.

La planeación en las instituciones de educación superior

Como se señaló en el epígrafe anterior, la planeación es una herramienta inscrita en el marco de las teorías organizacionales que supone la anticipación del futuro mediante estrategias orientadas a maximizar los recursos en pro de la misión y visión de la organización.

En el ámbito de la educación superior, en los últimos años y en diferentes contextos, han sido frecuentes los ejercicios de planeación incitados por diferentes instituciones y organismos a nivel global, entre ellos, el Banco Mundial (BM), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Organización de Cooperación Desarrollo Económico (OCDE) y, a nivel latinoamericano, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), promotores de políticas públicas orientadas a la calidad y mayores niveles de eficiencia.

Específicamente, en el contexto mexicano, existen diferentes instituciones que han propiciado el desarrollo de los ejercicios de planeación. El Gobierno Federal, mediante el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 en materia de educación, señala cinco objetivos que deberán perseguir las IES con relación a: 1) la educación de calidad; 2) la equidad; 3) el acceso a la cultura; 4) la promoción del deporte para fomentar una cultura de salud; 5) hacer del desarrollo científico, tecnológico y la innovación, pilares para el progreso económico y social sustentable (DOF, 2013). Dichos objetivos suponen los elementos a desarrollar en los marcos de planeación de las IES.

Asimismo, es evidente que para las IES existe una mayor necesidad de obtener calificaciones adecuadas en las evaluaciones que llevan a cabo organismos externos, organizaciones nacionales como los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES), las acreditaciones de programas que se efectúan al amparo del Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES) y los Exámenes Generales de Egreso de la Licenciatura (EGEL). Las evaluaciones de organismos externos constituyen también un aspecto a considerar en la planeación de las IES.

Finalmente, cabe señalar la necesidad de las IES de obtener recursos extraordinarios mediante la participación y aplicación a diferentes convocatorias y programas derivados desde la Secretaría de Educación Pública (SEP), mediante acciones coordinadas a través de diferentes instancias como la Subsecretaría de Educación Superior (SES) con el Programa de Fortalecimiento de la Calidad en Instituciones Educativas (PROFOCIE) (DGESU, 2014). En este sentido, la planeación y evaluación contribuyen a una mayor probabilidad de acceder a los

fondos extraordinarios.

Los lineamientos señalados por las diversas instituciones y organismos externos a las IES, destacan la necesidad de cambio continuo, a la vez que establecen en buena medida las pautas a considerar en la misión, visión y gobernabilidad de las IES.

De ahí que sea lógica la expectativa de que las IES elaboren ejercicios de planeación en respuesta a las demandas del entorno, mediante procesos participativos que incluyan a sus actores clave, como son autoridades, investigadores, docentes, entre otros, que estipulen metas tanto a corto, mediano y largo plazo, vinculadas a la transparencia y rendición de cuentas.

A partir de la propia naturaleza de las instituciones educativas, y del nuevo contexto político, económico y social en el que se desenvuelven, su administración debe considerar el trabajo colaborativo como eje central de la propia administración. Esto con el objetivo de promover procesos adecuados de planeación, gestión y control a partir del intercambio de ideas y acciones de los miembros implicados.

El proceso de planeación participativa en el ejercicio de planeación sugiere: 1) El enriquecimiento del contenido de los productos de la planeación, a través de la participación de los actores involucrados; 2) La implementación de un plan a través de las personas que colaboraron en su formulación; 3) Una mejora en la comunicación al interior de la institución; 4) El fortalecimiento de la vida colegiada; 5) La implantación de una cultura de la calidad; y 6) La actitud de mejora continua. A este respecto, Sevilla y Galaz (2008: 6) destacan el reto de crear un mecanismo de gobernanza que permita a las IES el diseño de mecanismos efectivos para determinar prioridades para el futuro y que éstos sean creíbles, legítimos y aceptados por su comunidad.

No obstante, los resultados de los ejercicios de planeación demuestran diferencias significativas de lo esperado. De ahí que los citados autores destacan algunas consideraciones que pueden propiciar un gap en los ejercicios de planeación como son: 1) El desgastante proceso y enorme esfuerzo institucional invertido; 2) La preponderancia a la atención de los indicadores de desempeño sobre los procesos que los generan; 3) El nivel y la calidad de la participación de las comunidades académicas en el proceso de planeación; 4) El incremento en las brechas de calidad entre instituciones; 5) La falta de consideración a las diferentes culturas y tradiciones de cada disciplina, así como; 6) La diversidad de las misiones en las IES (Sevilla y Galaz 2008:4).

Por su parte, Llinas-Audet et al. (2011 p. 51) encuentran que en los ejercicios de planeación de las IES existe un liderazgo en la formulación de la estrategia que recae generalmente en un concentrado y hermético equipo directivo, poniendo de relieve la limitada participación de su comunidad en la estrategia institucional, encontrando lógico que a la hora de implementar las estrategias planeadas se observen serias dificultades en las IES. Entre dichas dificultades cabe mencionar una visión incompleta de la estrategia en las áreas claves de las IES, que da como resultado una nula eficacia de la planeación estratégica. Adicionalmente, entre los resultados de Llinas-Audet et al. (2011 p. 51) se identifican problemas relacionados a la comunicación deficiente, a los sistemas de información centralizados y a las unidades de apoyo que realizan sus funciones incompletas al ejecutar simultáneamente sus actividades diarias, contribuyendo así a un limitado compromiso.

En tanto que Jiménez (2009), con base en las ideas de Robbins (1999), plantea que la participación de los miembros de la organización en la planeación e implementación de los planes impacta positivamente en la gestión educativa. Además, mejora la percepción de los líderes y gestores, lo que genera confianza en las decisiones que se toman, influyendo en el éxito de las acciones que se emprenden. La participación activa en la planeación promueve la percepción de logro individual y colectivo, lo que favorece el clima laboral y promueve a su vez mayor trabajo colaborativo en beneficio del cumplimiento de los objetivos institucionales.

De ahí la importancia de realizar ejercicios de planeación participativos que hagan factible su implementación y arriesgarse a ampliar el número de participantes en el proceso de una forma controlada.

El caso de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Los procesos de planeación participativa están delimitados por el contexto específico de cada IES, su tradición y su cultura. A continuación, presentamos el caso de la Facultad de Contaduría y Administración, de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, pionera en la formación de

profesionales en el área contable administrativa.

Actualmente, la FCA ofrece cinco carreras a nivel licenciatura: Administración, Contaduría Pública, Administración Pública, Agronegocios y, recientemente, Mercadotecnia Estratégica. Como se observa en la figura 1, la mayor proporción de alumnos se encuentran en las licenciaturas en Contaduría Pública y Administración, con un 52% y 37%, respectivamente.

Al año 2013, la FCA contemplaba a 250 profesores en promedio por semestre, de los cuales 37 son de tiempo completo (14.8%) y el resto (85.2%) son profesores hora clase. La matrícula promedio fue de 3,490 alumnos y operaba con un promedio de 607 grupos diarios.

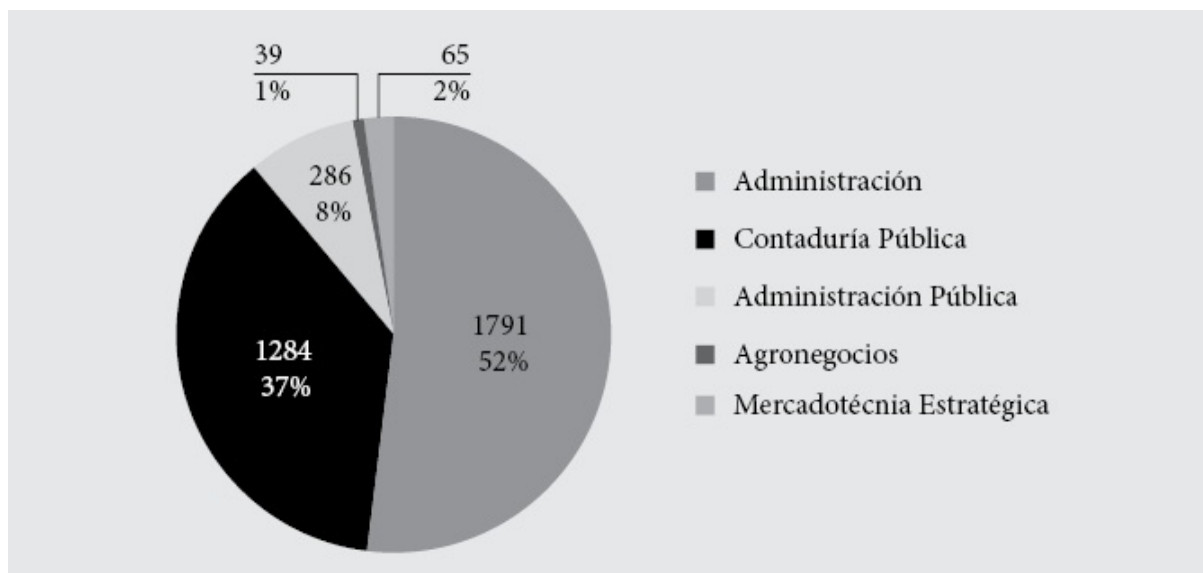


Figura 1. Distribución de la matrícula, curso 2013-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Control Escolar.

En este sentido es preciso señalar que la FCA realiza de manera periódica ejercicios de análisis y autoevaluación que le permiten proponer estrategias y cursos de acción para fortalecer las funciones de docencia, investigación, gestión, tutoría y vinculación, para que redunden en la mejora de los programas educativos de la FCA, cumpliendo con los estándares de evaluación externa que avalen la mejora y aseguramiento de una educación superior de calidad, con pertinencia y responsabilidad social como parte de su marco de planeación. Entre ellos, para el desarrollo y ejercicio del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) 2012-2013 y el ProDES 2014-2015, se incluyó una reorganización administrativa, nueva oferta académica y los trabajos de reestructuración curricular para los programas educativos de licenciatura y posgrado, así como la gestión de los cuerpos académicos.

Entre los logros de la FCA en los últimos años, destacan la tercera reacreditación de los programas educativos de Licenciatura en Administración y Contaduría Pública por el Consejo de Acreditación en la Enseñanza de la Contaduría y Administración, A.C. (CACECA), y la obtención del nivel 1 otorgado al programa de Licenciatura en Administración Pública por parte de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES). Así como el Indicador de Exámenes Generales de Egreso de Licenciatura, IDAP nivel 2, para los programas educativos de tres de las licenciaturas.

Es preciso señalar que, si bien durante muchos años la FCA gozó del privilegio de ser la única institución en el Estado, en la actualidad se enfrenta a distintos desafíos para mantener su posicionamiento y liderazgo ante la apertura y oferta de diferentes instituciones públicas y privadas que ofertan las mismas licenciaturas. Esto, por supuesto, es una variable importante en los procesos de planeación y gestión de la facultad.

Experiencia del proceso de planeación participativa en la FCA

En febrero de 2014, la dirección de la facultad encabezó los trabajos para la construcción del Plan de Desarrollo 2014-2023 con un enfoque estratégico, participativo y sistemático, cubriendo las funciones de docencia, investigación, difusión de la ciencia, cultura, extensión y gestión. La

metodología participativa incluyó la conformación de distintos niveles de interacción a partir de propuestas elaboradas por la Comisión de Planeación de la FCA (funcionarios del primer nivel de gestión), y enriquecidas por el conjunto de los responsables o líderes de áreas clave en la FCA, así como por la comunidad en general, a través de consultas abiertas vía internet.

En el proceso de planeación se consideró, en primer lugar, el Plan Institucional de Desarrollo de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (PIDU) 2013-2023 (UASLP, 2013), las experiencias acumuladas en la implementación de planes anteriores y los resultados obtenidos en los ejercicios de planeación realizados en el Programa Integral de Fortalecimiento Institucional de la Facultad.

El proceso de planeación fue estructurado en tres fases. La primera se orientó a analizar el contexto, así como a identificar tendencias futuras con la finalidad de delinear el panorama socioeconómico y educativo de la FCA. Así, se describen los elementos que caracterizan el entorno, insumo para identificar retos y áreas de oportunidad en el desarrollo de la FCA.

En esta fase participaron, además del equipo de planeación, docentes y administrativos responsables de diversas áreas mediante investigaciones relacionadas a: 1) la organización política y administrativa del Estado; 2) su demografía; 3) el índice de rezago social; 4) el rezago educativo; 5) el panorama educativo, en donde se detalló la política educativa federal en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, la política educativa estatal en el marco del Programa Sectorial de Educación 2010-2015, la información educativa del Estado de San Luis Potosí, e incluso se consideró el panorama educativo en las escuelas de negocios, haciendo énfasis en las licenciaturas relacionadas o afines a la administración y contabilidad, así como en la licenciatura en agronegocios, además de considerar el panorama educativo en los programas educativos a nivel posgrado. Adicionalmente, se indagó sobre: 6) el panorama económico, detallando los aspectos laborales, las actividades económicas, la ocupación y programas educativos, así como la participación de los sectores económicos. Se complementó con información relacionada a: 7) la competitividad; 8) la visión general de la OCDE; 9) se concluyó con un análisis relacionado al posgrado, ciencia, tecnología e innovación, en el que se abordaron las tendencias internacionales y nacionales en los posgrados de escuelas de negocios, así como las tendencias a mediano y largo plazo en los posgrados.

Posteriormente, se preparó un análisis y diagnóstico de la FCA, igualmente con apoyo de cada uno de los profesores y administrativos responsables y líderes de áreas clave, analizando once aspectos que permitieron identificar las fortalezas, oportunidades y retos. Entre ellos lo relacionado a: 1) Liderazgo, identidad y presencia social; 2) La oferta educativa actual y futura de licenciatura y del posgrado; 3) La calidad de la oferta educativa, en donde se incluyó lo referente a la evaluación y acreditación de programas de licenciatura, la evaluación de resultados de los programas de licenciatura y la evaluación y registro en el PNPC de los programas de posgrado; 4) Su planta académica y cuerpos académicos; 5) La práctica e innovación educativa; 6) La investigación; 7) Vinculación; 8) Cultura y arte; 9) Deporte y salud; 10) Perspectiva ambiental y sustentabilidad; 11) La estructura administrativa y gestión.

A partir de ambos análisis se desarrollaron la misión, los valores y los principios, así como la visión al año 2023 y sus rasgos distintivos.

En una segunda fase se trabajó con más de treinta profesores para desarrollar políticas, programas, objetivos y estrategias a fin de fortalecer los aspectos relacionados al diagnóstico.

Asimismo, y como parte fundamental de todo ejercicio de planeación, se propusieron los indicadores que habrán de servir para la evaluación de los resultados del acontecer diario.

El resultado del trabajo colaborativo desarrollado por el equipo de planeación, docentes y administrativos de la FCA se sometió a consulta abierta, vía web, como parte de una tercera fase, y se dio oportunidad a toda la comunidad de la FCA de discutir el documento en el que se reflejó el ejercicio de planeación, principalmente en lo relacionado a los objetivos, programas y estrategias. Los resultados obtenidos de esta fase reunieron 444 participaciones por escrito, algunas con propuestas muy concretas con las que se enriqueció el documento final.

Respecto al análisis de consulta abierta a toda la comunidad vía web, en donde el alumnado juega un papel esencial, se utilizó como apoyo en la difusión de la consulta las actividades que realizan las diferentes representaciones estudiantiles, incluidos los anuncios en las redes sociales, destacando el Facebook. Para docentes y administrativos se utilizó el correo electrónico y el uso de medios impresos como carteles y mantas.

Así, con la participación de profesores, estudiantes, responsables de áreas, personal directivo y administrativo, se obtuvo el Plan de Desarrollo que precisará ser adaptado a los cambios en el contexto externo y a las condiciones internas sin cambiar sus propósitos estratégicos, a fin de asegurar la vigencia para la toma de decisiones mediante procesos participativos de planeación,

la evaluación de su implementación y logros.

A modo de conclusión

Los ejercicios de planeación estratégica constituyen una de las herramientas en boga que las IES utilizan con la intención de dirigir a buen puerto a su institución. En este contexto se ponen de relieve las teorías de la organización que ofrecen un marco de referencia para la gestión y planeación estratégica, teorías que han de dominar los directores de cualquier organización a fin de poder navegar en un entorno de incertidumbre y riesgos.

Una práctica frecuente al realizar el ejercicio de planeación en distintos contextos es que el liderazgo en la formulación de la estrategia generalmente recae en un concentrado y hermético equipo directivo, poniendo de relieve la limitada participación de su comunidad en la estrategia institucional.

A este respecto se hace imperante la necesidad de romper paradigmas y diseñar metodologías de planeación controladas que posibiliten incluir la opinión de toda la comunidad de la IES, si es que a la hora de implementar las estrategias planeadas se desea observar aceptación y acción de la comunidad en el mismo rumbo estratégico que se ha planteado la dirección.

Con una metodología de planeación participativa se contribuye a una mejor implementación de la estrategia. Esto exige una estrecha comunicación entre la comunidad, los sistemas de información descentralizados que posibiliten un flujo de información oportuno y veraz, así como el compromiso de quienes colaboran más estrechamente con el equipo de planeación y dirección que ocupan posiciones clave en la IES.

El caso de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí es útil para evidenciar que un ejercicio de planeación es un proceso que se construye día a día sobre todo si se toma en cuenta el tamaño de su comunidad. No obstante, es factible el desarrollo de un proceso de planeación participativa asumiendo el trabajo adicional que supone consensar las opiniones de los colaboradores.

Así, la FCA tenía la necesidad de trabajar en un documento que indicara el marco de actuación orientado al logro de la visión, una herramienta estratégica que propiciara la oportunidad de atender con pertinencia y calidad las demandas de todos los grupos de interés y en última instancia de la sociedad en los próximos diez años. Para esto se desarrolló un ejercicio de planeación participativa con la finalidad de diseñar un Plan de Desarrollo 2014-2023, tratando de cuidar la definición del rumbo estratégico a largo plazo con base en el contexto y diagnóstico, así como a través del establecimiento de políticas, programas, estrategias e indicadores necesarios, como herramientas útiles para alcanzar sus objetivos y visión. Además, constituyó el punto de partida para tomar acciones inmediatas como la redefinición del marco normativo y de la estructura funcional para orientar la conducta y el trabajo de su comunidad, tanto en el corto como en el largo plazo, a partir de la participación de los docentes líderes de las actividades clave, en un primer momento; y, a fin de poder establecer controles claros y dar seguimiento oportuno a las desviaciones que pudieran surgir entre la realidad y la estrategia objetivo, en un segundo momento, a toda su comunidad mediante consulta abierta a través de la web.

En definitiva, para el caso analizado, los avances y resultados obtenidos respecto al ejercicio de planeación hasta el momento, revelan el interés de la comunidad de la IES analizada por contribuir al ejercicio de planeación, lo que genera una fuerte expectativa de compromiso a la hora de su implementación.

Referencia bibliográfica

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, AECA (1990). Contabilidad de Gestión, Documento No 2: Contabilidad de Gestión como instrumento de control, primera edición, Madrid.

BLANCO DOPICO, M. I. (1995). "Contabilidad estratégica, ¿una estrategia de la contabilidad o una contabilidad de la estrategia?" Contabilidad De la Empresa y Sistemas de Información Para la Gestión: Conferencias y Comunicaciones:[Celebrado en Madrid 22 y 24 de Septiembre 1994], 137-148.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN DOF (2013), Programa Sectorial de Educación 2013-2018 Recuperado el 15 de abril de 2014. en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?

[codigo=5326569.](#)

DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA, DGESU (2014) Convocatoria recuperado el 20 de septiembre de 2014, desde:

http://pifi.sep.gob.mx/docs_descarga_principal/Convocatoria_2014.html

JIMÉNEZ-GONZÁLEZ, K. (2009). Propuesta estratégica y metodológica para la gestión en el trabajo colaborativo. Revista Educación 33 (2), 95-107

LLINAS-AUDET, X.; GIROTTO, M. Y SOLÉ PARELLADA, F. (2011): La dirección estratégica universitaria y la eficacia de las herramientas de gestión: el caso de las universidades españolas. Revista de Educación, Vol. 355: 33-54.

PORTER, M. E. (2001). Estrategia Competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales de la competencia. 4º Ed. México: CECSA.

ROBBINS, S. (1999). Comportamiento organizacional. México: Prentice Hall.

SEVILLA, J. J., GALAZ, J. F. Y ARCOS J. L. (2008). La participación del académico en procesos de planeación y su visión institucional. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 10 (2).

Consultado el día 5 de agosto de 2014, en: <http://redie.uabc.mx/vol10no2/contenido-sevillagalaz.html>

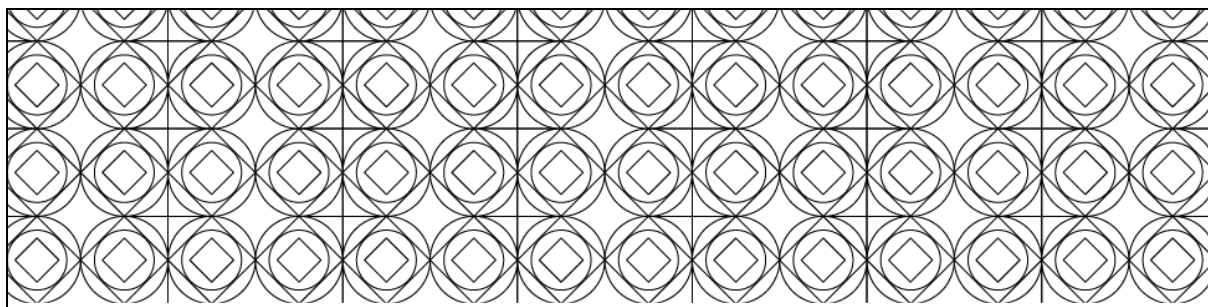
THOMPSON, JR., STRICKLAND III Y GAMBLE, J. (2008) Administración Estratégica: Teoría y casos. Edición 15. McGrawHill. México.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ, UASLP (2013). Plan Institucional de Desarrollo (PIDE) 2014-2023.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, UNESCO (2009). Conferencia Mundial sobre la Educación Superior 2009: La nueva dinámica de la educación superior y la investigación para el cambio social y el desarrollo. Consultado en

http://www.unesco.org/education/WCHE2009/comunicado_es.pdf

WIDENER, S. K. (2007). An empirical analysis of the levers of control framework. Accounting, Organizations and Society, 32(7-8), 757-788.



Los estímulos docentes y la evaluación por los alumnos, una contradicción. El caso de una universidad pública mexicana

JOSÉ OTHÓN HUERTA HERRERA

Resumen

Este documento tiene el propósito de presentar los resultados de una investigación realizada en la Universidad Juárez del Estado de Durango (UJED), con relación a los factores que son determinantes para que un profesor de tiempo completo (PTC) obtenga el apoyo económico otorgado por el Programa de Estímulos y su contrastación con la evaluación que realizan los alumnos de sus profesores al término de los cursos impartidos. La importancia de este estudio radica en la obtención de evidencia empírica que permite establecer los niveles de congruencia entre la evaluación del programa de becas a los docentes y la evaluación de los alumnos.

Se realizó un estudio cuantitativo, transversal, con diseño monoetápico, no experimental y de selección aleatoria simple para la muestra. Para el levantamiento de la información, se aplicaron entrevistas individuales a través de aplicación de cuestionarios escritos a muestras representativas de la población.

Los resultados de la investigación nos permiten concluir que las variables de impacto para la obtención del reconocimiento de perfil PROMEP y/o para la obtención de apoyo en el programa de estímulos son la antigüedad de su contrato como PTC, el grado académico actual y la integración a cuerpos académicos. En la evaluación por los alumnos no se observan diferencias significativas en cuanto a los resultados obtenidos por los PTC, independientemente de si cuentan o no con el reconocimiento de perfil. Finalmente, es notable la baja calificación que obtienen los PTC en el rubro de Técnicas Didácticas.

Introducción

La calidad educativa es una prioridad en los sistemas nacionales de educación. En el caso de nuestro país, esta preocupación se establece explícitamente en los documentos de planeación del Gobierno de la República y en el diseño e implementación de políticas públicas educativas, “se requiere transitar hacia un sistema de profesionalización de la carrera docente, que estimule el desempeño académico de los maestros y fortalezca los procesos de formación y actualización.” (Gobierno de la República, 2013: 61).

Las estrategias y políticas que se han aplicado para impulsar la calidad educativa son diversas, entre las que podemos destacar el establecimiento de programas de incentivos que impactan en los elementos que determinan la mejora en el desempeño de los docentes. Es una característica común de estos programas el establecimiento de procesos de evaluación para observar las evidencias de la mejora.

El Gobierno mexicano no se ha sustraído a las tendencias, considerando el conjunto de las políticas públicas que se han intentado en materia de educación, una de las más controvertidas es la que tiene que ver con el otorgamiento de estímulos como complementos adicionales a los ingresos regulares de los docentes, cuyos apoyos son condicionados a evidencias de mejora en

los resultados de la evaluación del desempeño, lo que implica que no son universales ni igualitarios para toda la base de los docentes y que, por su naturaleza, no son definitivos, no se integran al salario regular, por lo que no impactan las prestaciones salariales. En una clara visión de mercado, esta política ha puesto a competir a los docentes por los incentivos, dividiendo al gremio y generando una gran cantidad de controversias a partir de distorsiones en su implementación, muchas veces provocadas por la discrecionalidad en la toma de las decisiones de los operadores encargados de su implementación.

Es posible identificar esta política tanto a nivel de educación básica en el programa denominado Carrera Magisterial, como a nivel de educación media superior y superior en la carrera Docente, cuya operación se lleva a cabo a partir del Programa de Estímulos al Desempeño del Personal Docente (ESDEPED). En teoría, se esperaba que estos programas de estímulos se tradujeran en incentivos positivos que impactaran en la calidad de la educación a través de la mejora continua de los profesores en cuanto a su capacitación y actualización, redundando en un mejor desempeño docente.

En este trabajo se aborda el programa de estímulos, el cual, como ya se ha mencionado, es uno de los instrumentos utilizados por el gobierno federal mexicano para impulsar el mejoramiento del profesorado a nivel superior, que otorga incentivos económicos a los profesores, condicionados a la evidencia de un buen desempeño, mismo que es establecido a partir de resultados de una evaluación orientada a verificar que los profesores cumplen con calidad las actividades que deben hacer (docencia, tutorías, investigación y gestión académica), en sus actividades como docentes de carrera, comúnmente denominados, profesores de tiempo completo (PTC). Se identifican las variables que son determinantes en la posibilidad de que un profesor pueda obtener un nivel en la evaluación que le permita acceder a los apoyos económicos previstos en la normatividad del programa y se contrastan los resultados de la evaluación realizada por los alumnos al fin de cursos.

La normatividad del programa establece la necesidad del PTC en cuanto a someterse a un proceso de evaluación de cuyo resultado depende la posibilidad de recibir apoyo económico, coloquialmente beca al desempeño. El proceso incluye la presentación de un expediente con las evidencias de su desempeño en los rubros de docencia, tutorías, gestión académica e investigación, mismo que es evaluado y dictaminado por una comisión de pares académicos, considerando adicionalmente los resultados de una evaluación por parte de sus alumnos del ciclo inmediato anterior.

En la UJED, la evaluación por los alumnos se realiza a fin de semestre a partir de un instrumento único en línea, en el cual los estudiantes deben realizar la evaluación de sus profesores a fin de semestre.

Algunos resultados de investigaciones previas

La relación entre las características de los profesores y su desempeño docente, evaluado por los alumnos, ha sido estudiada por diversos investigadores a nivel nacional e internacional. En algunos estudios se ha encontrado que existe una correlación negativa entre la antigüedad o experiencia de los docentes y su desempeño académico (Braskam y Ory, 1994; Marsh y Dunkin, 1997).

Por lo que respecta a la tipología del contrato laboral, autores como Feldman (1983) y Marsh (1987), encontraron que no hay diferencias significativas entre la categoría de los profesores y los puntajes obtenidos en la evaluación docente. En un estudio posterior se encontró que los profesores con contratos de tiempo completo obtienen mejores resultados en las evaluaciones relativas al conocimiento de la materia, mientras que los maestros con categorías de tiempo parcial en su contrato, obtienen mejores resultados en la promoción de la discusión, justicia y equidad con los alumnos, así como preocupación por los alumnos y apoyo tutorial (Feldman, 1997).

En el ámbito nacional, en una investigación sobre cuatro periodos de evaluación docente a los PTC de la Universidad de Colima, no se encontraron diferencias significativas en cuanto al nivel de escolaridad del profesorado, considerando el desempeño docente a lo largo del periodo investigado (Echeverría, López y Suárez, 2007).

Por su parte, Vizcarra y Serrano (2013), determinaron que el área de conocimiento, la antigüedad o experiencia docente, la escolaridad del profesor y el tamaño del grupo —número de alumnos— son variables que se relacionan con los puntajes que otorgan los estudiantes al docente, y que explican el 14% de la varianza. En particular, la antigüedad del docente impacta

fuertemente su desempeño docente, de acuerdo con la evaluación de los alumnos, resultado que está en contradicción con los hallazgos de Marsh y Dunkin (1997) en universidades de los Estados Unidos y los realizados por García (2003) para el caso de universidades mexicanas, los cuales reportan que la experiencia del profesor no tiene una relación significativa con su desempeño o los puntajes obtenidos en la evaluación.

De la misma manera, Vizcarra y Serrano (2013), reportan que, de acuerdo con sus estudios, la habilitación —máximo grado académico— del profesor está en relación con los resultados de la evaluación, de tal manera que los docentes que cuentan con el grado de maestría, obtienen puntajes altos, y, contrario a lo que pudiera esperarse, los docentes con grado de doctor reciben calificaciones más bajas por parte de los alumnos.

Metodología

Dado que el estudio establece explícitamente la intencionalidad de estudiar las posibles relaciones de causalidad entre variables (características de los profesores) y resultados de la evaluación a los docentes por parte de los alumnos, es posible ubicarlo en el paradigma epistemológico post-positivista; de la misma manera, se puede calificar como reduccionista, en el sentido de que trata de explicar el origen de tales relaciones a partir de un número limitado de preguntas en un cuestionario a responder empíricamente (Creswell, 1998). En cuanto a la tipología, el estudio es cuantitativo, transversal, con indagación a partir de entrevistas individuales a muestras representativas de la población. El diseño utilizado es monoetápico, no experimental, de selección aleatoria simple.

Población objetivo. En el Anuario Estadístico UJED (2011), la matrícula total de la universidad reportada es de 20,231 alumnos: 5,734 de nivel medio superior, 13,265 de licenciatura y 1,232 de posgrado. La planta docente está integrada por 1,912 profesores, de los cuales 459 son PTC, 47 están adscritos a escuelas de nivel medio superior y 412 a escuelas y facultades de nivel superior, que incluye programas educativos de licenciatura y posgrado. La distribución por sexo de los PTC corresponde a 158 (38.35%) mujeres y 254 (61.65%) hombres.

Muestreo. Con base en el modelo de población finita de Lorh (2000) y 95% de confianza, se obtuvo un tamaño de muestra de 199 elementos, que fueron seleccionados aleatoriamente. Como población objetivo se consideró la base de datos actualizada a Marzo de 2013 del sistema de información denominado Formato PROMEP Institucional (FPI), el cual contiene la información completa de los PTC de cada una de las UPES, incluyendo la UJED. La unidad de análisis en este caso son los profesores de tiempo completo.

Recopilación. Para la obtención de la información relativa a las características de los PTC, se aplicó una encuesta a partir de un instrumento diseñado ex profeso, que consta de 21 preguntas cerradas, de opción múltiple, en las siguientes dimensiones: laboral, sexo y contratos, formación académica y docencia, integración a cuerpos académicos, acreditaciones. El cuestionario se aplicó a la muestra de 199 profesores, por un grupo de diez encuestadores previamente capacitados, siete en el campus de la ciudad de Durango y tres en el campus de la ciudad de Gómez Palacio, Durango.

Modelos de análisis

Para establecer los niveles de asociación o correlación entre parejas de variables se tomó como base la teoría establecida en Briones (1996), que permite establecer cuantitativamente la existencia o no de este tipo de relaciones, el grado en que se presenta esta relación, la dirección (signo) en que una variable impacta a otra, y la naturaleza de la relación (proporcional, lineal, polinomial, logarítmica o exponencial).

Para el análisis de dependencia de varias variables —cualquiera que sea su naturaleza—, en función de una variable de respuesta dicotómica, se utilizó el modelo LOGIT de respuesta binaria para regresión multivariada.

Análisis y discusión de resultados

Un resultado importante se observa en cuanto a la evolución en el grado académico de los docentes contratados como PTC. Se aprecia una mejora notable en la habilitación académica de

los profesores entre el grado académico original (al momento de su contratación) y el grado académico actual.

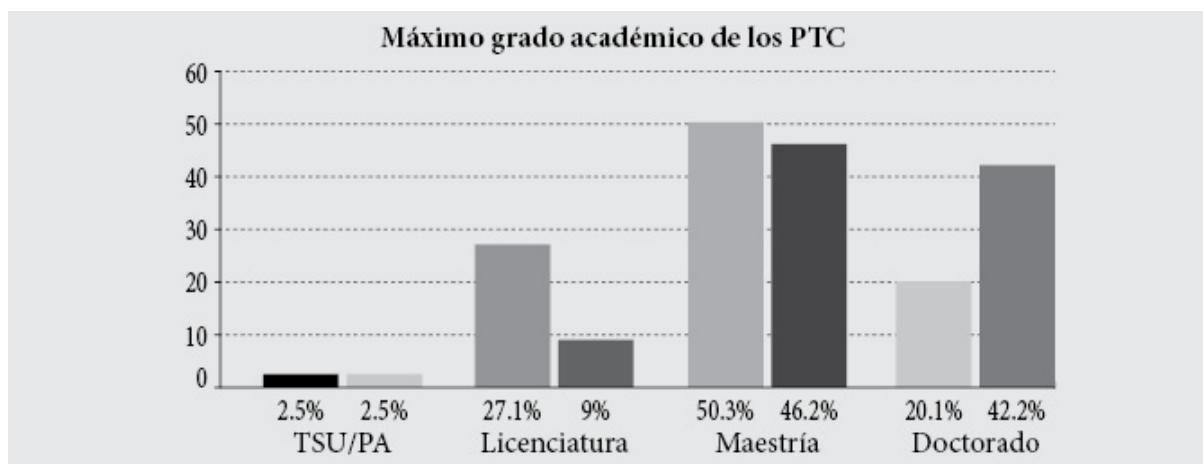


Figura 1. Máximo grado académico de los PTC, inicial y actual.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de FPI UJED (2011).

En la figura 1 se observa que mientras que el porcentaje de PTC con licenciatura baja del 27.1% al momento de contratarse al 9% actual; por lo que respecta a PTC con grado de doctor, se aprecia un incremento del 20.1% al 42.2%. Lo anterior permite observar que hay una dinámica de mejora en formación profesional de los docentes una vez contratados, cuyo impacto se confirma en los resultados que se presentan en el apartado correspondiente.

Asociaciones y correlaciones binarias

A partir de los resultados del análisis, se observan niveles de asociación y correlación que resultan de importancia para los propósitos de este estudio, particularmente los que se refieren a las variables “¿cuenta el PTC con reconocimiento de perfil PROMEP vigente?” y “¿cuenta el PTC con apoyo en la beca al desempeño?”.

Con respecto a la variable relativa al reconocimiento de perfil PROMEP de los PTC, se observa que está fuerte y positivamente correlacionada con la integración a cuerpo académico y el grado de consolidación del mismo; en un nivel de correlación fuerte y positivo, aunque menor que en el primer caso, se tienen las variables que tienen que ver con el tipo de contratación, grado académico inicial (al contratarse) y grado académico actual; se observa también una fuerte y negativa correlación con la edad y antigüedad genérica del PTC.

En otras palabras, los resultados importantes en cuanto a asociaciones de otras variables con la variable relativa al reconocimiento de perfil PROMEP, para efectos de este estudio se pueden enunciar de la manera siguiente: dados los niveles de asociación y correlación, la incorporación de los PTC a cuerpos académicos, la manera en que fue contratado y su grado académico impactan positivamente en las posibilidades del PTC para obtener el perfil PROMEP, mientras que la edad y la antigüedad del PTC impactan negativamente.

Por lo que se refiere a la variable relativa a la asignación de apoyos en la beca del ESDEPED a los PTC, se observa que los niveles de asociación fuerte y positiva, en orden de importancia, corresponden a la integración al cuerpo académico y grado de consolidación del mismo, al hecho de que el PTC cuente o no con el perfil PROMEP y al grado académico actual.

Modelos de predicción

Por la naturaleza de las variables consideradas, para la obtención de modelos de predicción o determinación, se utilizó el modelo LOGIT de respuesta binaria para las variables relativas a la obtención del perfil PROMEP y la asignación de apoyo en el programa de becas.

Para el caso de la variable PTC con perfil PROMEP, de acuerdo con los resultados, después de dos iteraciones, se obtuvo el siguiente modelo de predicción: en el cual los coeficientes beta son y las variables que impactan en mayor medida la posibilidad de que el PTC obtenga el

reconocimiento de perfil son: X1 = Antigüedad como PTC; X2 = Grado académico actual del PTC; X3 = PTC con apoyo en el programa de estímulos. Esto es, la antigüedad como PTC, el grado académico actual del profesor y el hecho de que éste cuente con apoyo económico en el programa de estímulos son determinantes para que el profesor pueda obtener el reconocimiento de perfil por parte del PROMEP.

Por lo que se refiere a la variable PTC con apoyo de beca al desempeño, de acuerdo con los resultados, las variables de impacto son: X1 = PTC con reconocimiento de perfil PROMEP; X2 = Antigüedad como PTC y X3 = PTC integrado a cuerpo académico, mientras que el modelo de predicción es, en el cual los coeficientes beta son y la interpretación del modelo nos conduce a concluir que las variables de impacto en la posibilidad de que el PTC obtenga el apoyo en el programa de estímulos son, en orden de importancia, que el profesor cuente con el reconocimiento de perfil, que esté integrado a cuerpo académico y su antigüedad como PTC.

El resultado de esta investigación en cuanto a la antigüedad o experiencia del docente, está en correspondencia con los resultados obtenidos por Vizcarra y Serrano (2013), quienes encontraron una relación fuerte y positiva entre el desempeño docente y la antigüedad o experiencia del maestro; sin embargo, está en contradicción con Marsh y Dunkin (1997), en universidades norteamericanas y García (2003), en instituciones mexicanas, quienes coinciden en afirmar que no hay relación significativa entre la antigüedad y el desempeño de los profesores.

En relación con el grado académico, se encontró que este es determinante para el desempeño docente y la obtención del perfil PROMEP, ello está en correspondencia con los resultados de Vizcarra y Serrano (2013), quienes además diferenciaron en el sentido de que encontraron que los profesores con grado de doctor obtienen puntajes más bajos que los que cuentan con grado máximo de maestría o licenciatura en las evaluaciones docentes, lo cual no deja de ser una paradoja que tal vez se podría justificar en el hecho de que su trabajo pudiera estar más orientado a la investigación, aunque ello sería motivo de una investigación con esta orientación específica.

¿Qué opinan los alumnos?

La evaluación docente en la UJED se realiza a fines de cada semestre, a partir de un instrumento montado en línea en la página web de la Dirección de Servicios Escolares y cuya contestación es requisito obligatorio para poder realizar la inscripción al siguiente semestre, o cualquier trámite para los recién egresados, ello garantiza la obtención de la información y evita sesgos que se producirían en los esquemas antiguos de evaluación en que los propios docentes aplicaban el instrumento.

A partir de este sistema de evaluación, se recabó la información relativa a los 141 PTC de la muestra de 199 que obtuvieron apoyo económico en el programa de estímulos en 2012 y fueron evaluados en cuanto a su desempeño docente del año 2011. De estos PTC, 105 (64.5%), cuentan con el reconocimiento vigente de perfil y el resto, 36 (25.5%), no cuentan con este reconocimiento.

De acuerdo con los datos observados en la figura 2, en su evaluación los alumnos no aprecian diferencias en el desempeño docente de los profesores que cuentan con el reconocimiento de perfil PROMEP, comparado con los que no lo tienen, dado que los promedios de evaluación en cada uno de los rubros, fluctúan entre 8.5 y 9.0, salvo en el caso del rubro de Técnicas Didácticas, en donde los resultados oscilan alrededor de 6.0 tanto para PTC con reconocimiento de perfil como PTC. Lo anterior obliga a reflexionar acerca de la idoneidad del programa PROMEP para otorgar reconocimientos a los profesores, que en teoría califican un buen desempeño docente, pero que los alumnos no perciben diferente o mejor que el desempeño de los profesores que no reciben el reconocimiento.

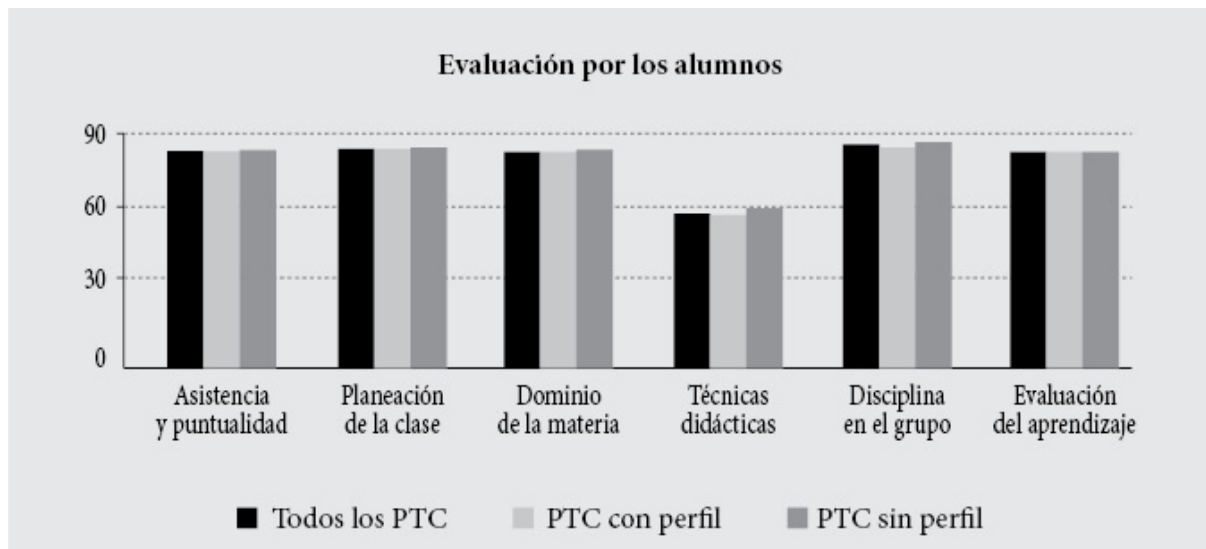


Figura 2. Evaluación de los ptc por parte de los alumnos.

Fuente: Elaboración propia, con base en resultados de evaluación a docentes (2012).

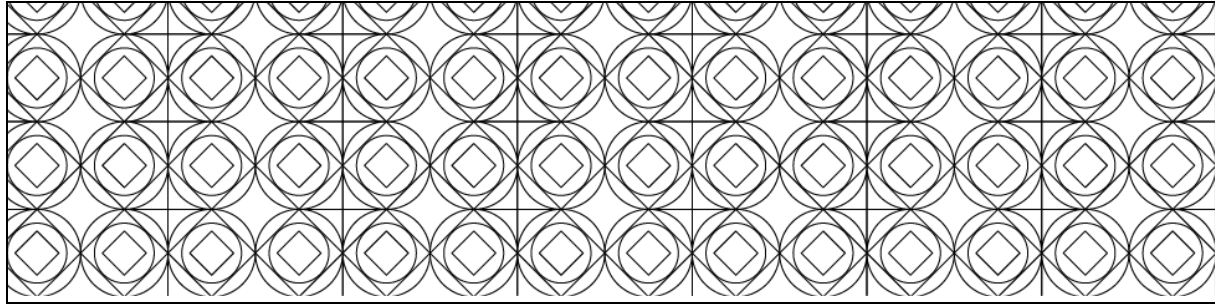
Para fortalecer los resultados del análisis anterior, se realiza una prueba de comparación de medias, considerando los promedios de las evaluaciones resultantes para ptc con y sin reconocimiento de perfil PROMEP. Los resultados de la prueba muestran que no hay diferencia significativa en los promedios de evaluaciones realizadas por los alumnos a ptc con y sin el reconocimiento de perfil PROMEP, con un nivel de significación del 0.05 (confianza del 95%). Se obtuvo un valor "t" de 0.0141 y un valor crítico de 1.6559, lo que hace una prueba concluyente.

Conclusiones

Los resultados del estudio nos permiten concluir que las variables de impacto para la obtención del reconocimiento de perfil PROMEP y/o para la obtención de apoyo en el programa de estímulos son la antigüedad de su contrato como ptc, el grado académico actual y la integración a cuerpos académicos. En la evaluación por los alumnos no se observan diferencias significativas en cuanto a los resultados obtenidos por los ptc, independientemente de si cuentan o no con el reconocimiento de perfil; es notable la baja calificación que obtienen los ptc en el rubro de Técnicas Didácticas, con un promedio de 6.0.

Referencia bibliográfica

- BRIONES, G. (1996). Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales. Hemeroteca Nacional Universitaria Carlos Lleras Restrepo, Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES.
- CRESWELL, J. (1998). Qualitative inquiry and research design. Choosing among FIVE TRADITIONS. LONDRES: SAGE.
- ECHEVERRÍA, M. M. A., LÓPEZ, M. O. A., SUÁREZ, H. C. M. (2007). Comparación del nivel de escolaridad para el desempeño docente y académico del profesorado de tiempo completo de la Universidad de Colima, Revista Mexicana de Investigación Educativa, 12 (33), Abril-Junio de 2007: 615-634.
- LORH, S. L. (2000). Muestreo: Diseño y análisis. International Thompson Editores.
- MARSH, H. W. Y DUNKIN, M. J. (1997). Students evaluations of university teaching: A multidimensional perspective. Perry & Smart, Eds., Effective trainings in higher education: Research and practice: 241-320.
- GOBIERNO DE LA REPÚBLICA (2013), Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.
- UNIVERSIDAD JUÁREZ DEL ESTADO DE DURANGO (2011). Anuario estadístico.
- VIZCARRA, A.V., Y SERRANO, L.E. (2013). La influencia de las características del profesor y del curso en los puntajes de evaluación docente. Revista Mexicana de Investigación Educativa. 18(58), julio-septiembre, 949-968.



Itinerarios formativos, profesionales y vitales de los estudiantes de doctorado en la Universidad de Guadalajara

ANA MARÍA DÍAZ CASTILLO

Resumen

El presente documento aborda los avances de investigación de la tesis doctoral “Itinerarios formativos, profesionales y vitales de los estudiantes de doctorado de la Universidad de Guadalajara”, cuyo propósito principal reside en caracterizar a los alumnos en sus orígenes socio-demográficos, académicos y profesionales. El método empleado es un estudio de caso enfocado a lo exploratorio, en el que se conozca a los doctorantes del contexto seleccionado, con la idea de realizar un análisis de sus expectativas, vistas desde la utilidad al egresar. En la parte teórica se han incluido las aportaciones de Jordi Planas, Adrián De Garay, Sonia Reynaga, Laudeline Auriol, Juan Casal, entre otros. El contexto se formula a partir de la perspectiva internacional, nacional y regional, hasta la localidad, en la que la UdeG es la universidad más importante de la entidad y en la que se gestan programas doctorales con reconocimiento internacional. Por tanto, el proceso metodológico diferencia tres fases: la primera fase consiste en un trabajo analítico de datos secundarios proporcionados por el Departamento de Control Escolar de la UdeG, la segunda consiste en la aplicación de una encuesta de la fase estadística donde se recopila información de los doctorantes en torno a los itinerarios. La tercera fase está planeada a futuro para realizarse como consecuencia de la anterior. De acuerdo con los avances de investigación, no existen hasta el momento resultados o conclusiones respecto al propósito general formulado.

Objetivos, preguntas de investigación e hipótesis

El presente estudio precisó como objetivo general conocer los itinerarios³ de los alumnos que estudian un doctorado, con relación a su origen, aspectos familiares, académicos y profesionales. Para poder cumplir este propósito general, se pretenden los siguientes objetivos específicos que tiendan a: a) Caracterizar a los alumnos de doctorado a partir de su diversidad sociodemográfica; b) Identificar el entorno académico, social y profesional de los alumnos de doctorado que contextualice sus orígenes; c) Conocer sus expectativas y propósitos individuales, a razón de otros propósitos de diferente alcance; d) Situar la formación doctoral en sus trayectorias académicas, itinerarios profesionales y situaciones vitales.

Partiendo de estos objetivos, se integraron los cuestionamientos que delimitaron la problemática, primero, identificando el objeto de estudio, los estudiantes de doctorado —destacando la importancia de su caracterización individual, su trayectoria familiar, social, académica y profesional— de modo que puedan dar respuesta a las preguntas centrales de esta investigación: ¿Quiénes son los estudiantes de doctorado?, ¿cuál es su trayectoria académica? ¿cuál es su itinerario profesional? ¿cuál es su entorno familiar?, ¿cuál es su estatus social? ¿cuál el profesional? ¿cuáles son las edades que tienen los alumnos inscritos en los programas doctorales? ¿cuál es el sexo de los alumnos inscritos? Una vez definidas las características del

objeto, las preguntas que complementen al estudio, serán: ¿cuál es su situación doctoral en los aspectos académicos, profesionales y vitales? ¿cuáles son sus expectativas al egresar del doctorado? Con base en las respuestas a estas preguntas, se construirá una tipología de programas de doctorados con base en el tipo de estudiantes que los integran.

Las principales hipótesis que sustentan el trabajo son:

- El estatus social influye en gran medida para cursar un doctorado, pues la familia es una medida de presión para su ingreso y esta influencia es mayor en razón de la menor edad de los estudiantes.
- Existe relación entre quienes cursan un doctorado y la aspiración a la credencialización para promoverse dentro de su ámbito laboral, las universidades e instituciones a las que pertenecen.
- Las expectativas de egreso de los estudiantes de doctorado tienen relación con la obtención de un empleo, o bien, para quién ya tiene un empleo, mejorar sus ingresos.
- Los estudios doctorales están orientados en dos perspectivas: a) progresión en una misma línea académica y profesional; b) reorientación académica y profesional.
- Existen dos tipos de programas de doctorado en función de la edad, de la continuidad disciplinar y el lugar que ocupan los estudios de doctorado en su trayectoria personal y profesional: a) los compuestos por jóvenes, que estudian su doctorado al inicio de su carrera profesional y buscan continuidad académica con sus estudios anteriores; b) los compuestos por gente de mayor edad que realiza su doctorado en un momento avanzado de su trayectoria académica y su situación vital, con gran discontinuidad académica respecto a su formación previa con finalidad de reorientación o progreso profesional.

Marco referencial y conceptual

Expansión educativa: factores y políticas

La globalización,⁴ como efecto de trasfondo que impacta en los contextos en el mundo, se caracteriza en el ámbito de la educación como un conjunto de procesos alterados que imperan en la educación del siglo XXI. Si bien han ocurrido grandes transformaciones, Europa y Estados Unidos han sido hasta hoy el referente de las grandes evoluciones educativas; en ambos se han logrado cambios importantes en la educación superior que han permeado en el mundo.

En cuanto a los países europeos, Béduwé y Planas (2003) señalan que todos han experimentado un aumento importante de los niveles de educación de las generaciones nacidas entre 1940 y 1980. En la mayor parte de estos países, dicho aumento se ha acelerado para las generaciones nacidas a principios de los años ochenta. Lo que se ha visto reflejado en el número de egresados, que representan un alto porcentaje que va en ascenso conforme incrementa el número de oferta de los doctorados y que, sin duda alguna, contribuye a superar año con año el ingreso a todos los niveles educativos. En Estados Unidos, al igual que en Europa, todos los niveles educativos también han incrementado sus números, sobre todo los programas de doctorado⁵ que han evolucionado en cuanto a características, número de programas y consecuentemente en los egresados.

Un factor inminente de estos cambios es el del incremento en las matrículas de los niveles educativos superiores con relación al pasado, sumado a los avances científicos y tecnológicos del que son objeto todas las sociedades.

En este incremento de matrículas, el análisis de los fenómenos educativos se ha dinamizado. Ante la inminente expansión educativa⁶ derivada de la globalización, colaboran en el establecimiento de redes de los nuevos modelos educativos y de los programas innovadores de enseñanza continua, incluyendo el incremento de la oferta de posgrados en las universidades.

Al respecto, Fresán (2013) señala que la expansión de la educación superior en la segunda mitad del siglo XX fue un detonante para estimular la transformación de todos los órdenes de la vida académica, teniendo efecto no sólo en el incremento de la matrícula, sino también en el número de programas ofrecidos y en el número de profesores. Algunos autores hacen énfasis en las consecuencias de la expansión, ya que por lógica se incrementan el número de beneficiados educativos, al incrementarse la oferta de programas educativos. Este aumento, incluido el universitario, debe entenderse como parte de un proceso continuo de la historia económica y social de los países desarrollados, en el cual han jugado un papel decisivo, sin contradicciones o dificultades, los intereses de diversos agentes sociales, desde los estados, pasando por las empresas y las familias (Béduwé y Planas, 2003).

Ahora bien, se puede observar que Europa y Estados Unidos son las regiones en las que comienzan a dispararse las tasas de escolaridad a partir de los años cincuenta, y en menor medida también en América Latina. A nivel de región, América Latina, de 1950 a 1987, aumentó su tasa de escolaridad diez veces, casi en las mismas proporciones que Europa (que lo hizo once veces) y que Norteamérica (que lo hizo nueve veces), siendo que África y Asia aumentaron sólo cinco veces su tasa. (García Guadilla, 1991).

En América Latina esa expansión estuvo, en un primer momento, asociada a proyectos políticos que apoyaban estrategias de democratización educativa, vinculadas éstas a concepciones que propugnaban la formación de recursos humanos necesarios para el desarrollo. A su vez, el papel del Estado en ese período fue crucial en la creación de oportunidades de empleo a través de la expansión del sector servicios. (García Guadilla, 1991). Al igual que Europa y Estados Unidos, también se han vivido cambios que intentan adecuar sus sistemas educacionales convenientes al desarrollo local y por consecuencia nacional. Fresán (2013) menciona al respecto que los estudios de posgrado se han expandido impresionantemente. En la década de los sesenta, comienza y crece vigorosamente respecto al número de IES (Instituciones de Educación Superior), como al número de programas y la magnitud de la matrícula.

Se advierte además que en la década de los ochenta se constató que el promedio de la matrícula de posgrado de toda la región se duplicó, pasando de 74,000 estudiantes a comienzo de la década, a 150,000 estudiantes aproximadamente a fines de la misma, según García Guadilla (1994). Por su parte, Auriol (2010) señala que en el área de los países integrantes de la OCDE,⁷ en el año 2006, se doctoraron cerca de 200,000 individuos frente a los 140,000 de 1998, equivalente al 40% de incremento en ocho años.

Itinerarios formativos, profesionales y vitales

Los niveles educativos diferenciados tienen objetivos precisos. En los posgrados, los niveles académicos en México se distinguen como: especialización, maestría y doctorado. Cuando se ofrecen dos niveles o más en una misma área del conocimiento, generalmente se encuentran articulados e incluso se procura que el tránsito entre el nivel inferior y el superior sean relacionados. Es frecuente que esto suceda de la maestría al doctorado, sin embargo, cada uno de los niveles tienen objetivos precisos, la especialización se enfoca a la capacitación para el trabajo profesional en uno o varios temas específicos a través de un entrenamiento intensivo.

Para Fresán (2013), las maestrías están encauzadas a ampliar los conocimientos en una especialidad, campo o disciplina, y, según sea el caso, a habilitar al estudiante para iniciar trabajos de investigación o bien para la aplicación innovadora del conocimiento científico o técnico, o como base para proseguir estudios de doctorado. En tanto que, para la misma autora, el doctorado prepara al alumno para la investigación, la innovación y la enseñanza.

Ahora bien, estos niveles de posgrado se caracterizan por cursarse en módulos que integran cada trayectoria académica o itinerario formativo,⁸ identificadas también como áreas modulares que requieren de una dinámica de trabajo y de un entorno de aprendizaje diferente. En ambos se desarrollan un conjunto de módulos que permiten un diseño de ofertas formativas adecuadas a las distintas realidades y contextos.

Casal (2006) identifica las probables situaciones de futuro donde discurrirá el itinerario (también usa como sinónimo el término trayectoria); el término rumbo anuncia la "dirección de futuro" y proviene de una articulación de las situaciones de presente con el itinerario recorrido (situaciones del pasado). Afirma además que se identifican las probables situaciones de futuro donde discurrirá el itinerario.

En este sentido los términos itinerario y trayectoria, en lo hasta ahora revisado, se usan sin diferenciación y orientados a los caminos que habrán de recorrer durante la educación formal y no formal y en cualquier contexto que transite en una sociedad.

La idea de itinerario tiene una gran centralidad y supone otra manera de ver o pensar la concreción de la formación de los individuos: una articulación de la estructura (la oferta y diseño del sistema educativo), la acción institucional (gestores, profesores y tutores) y los actores (grupo de iguales y alumnos en aula) con el alumno o sujeto (la persona constructora de futuro mediante sus opciones y logros formativos) (Casal, 2006).

Casal (2006) afirma que por itinerario se entiende un conjunto de conexiones entre el contenido de un programa educativo, las cualificaciones que permite obtener y el destino (que puede ser un empleo, estudios superiores o ambos) a que conducen las cualificaciones. Para él, hay tres tipos principales de itinerarios: formación de aprendices, formación profesional

impartida en las escuelas y enseñanza general; lo que importa es la coherencia de los itinerarios y la articulación de las conexiones que existan entre ellas y las cualificaciones y destinos a que conducen.

Proceso metodológico

El proceso metodológico implica las tres fases siguientes:

1ª Fase: recopilar los datos estadísticos secundarios

2ª Fase: realización de una encuesta de la fase estadística (fuente: base de datos de control escolar general de la Universidad de Guadalajara). (Véase anexo 1).

- Encuesta a doctorantes
- Datos Socio-demográficos
- Trayectorias Académicas/Itinerarios Formativos
- Itinerarios Laborales/ Profesionales de Carrera

3ª Fase: Entrevistas en profundidad a estudiantes acerca de los aspectos que haya que profundizar a partir de los resultados de la 2ª fase.

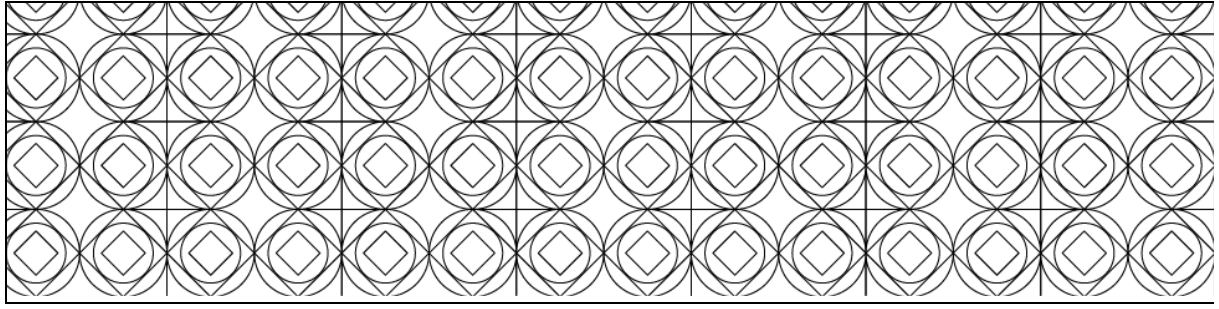
Referencia bibliográfica

- ANUIES. (2003). Esquema básico para estudios de egresados en Educación Superior. México. 231 pp.
- AURIOL, LAUDELIN (2010), "Careers of doctorate holders: employment and mobility patterns", STI WORKING PAPER 2010/4 Statistical Analysis of Science, Technology and Industry, Paris: OECD, Directorate For Science, Technology and Industry, March 26. En línea: <http://www.oecd.org/dataoecd/46/43/44893058.pdf>.
- AURIOL, LAUDELIN (2007), "Labour Market Characteristics and International Mobility of Doctorate Holders: Results for Seven Countries", OECD Science, Technology and Industry Working Paper 2007/2, Directorate for Science, Technology and Industry, OECD, Paris, <http://www.oecd.org/dataoecd/17/57/38055153.pdf>
- AURIOL, LAUDELIN, BERNARD FELIX Y ERNESTO FERNÁNDEZ-POLCUC (2007), "Mapping Careers and Mobility of Doctorate Holders: Draft Guidelines, Model Questionnaire and Indicators-The OECD/UNESCO Institute for Statistics/Eurostat Careers of Doctorate Holders Project", OECD Science, Technology and Industry Working Paper 2007/6, OECD, Paris. En línea: <http://www.oecd.org/dataoecd/6/25/39811574.pdf>.
- BÉDUWÉ, C., PLANAS, J. (2003). Educational expansion and labour market. CEDEFOP-Office for official publications of the European Communities. Luxemborg.
- CANAL DOMÍNGUEZ, JUAN F.(2013), Ingresos y satisfacción laboral de los trabajadores españoles con título de doctor, Revista Española de Investigaciones Sociológicas, núm.: 49-72. En línea: <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.144.49>.
- CASAL, J., GARCÍA, M., MERINO, R. Y QUESADA, M. (2006). Itinerarios y Trayectorias. Una perspectiva de la transición de la escuela al trabajo. Trayectorias. Año VIII, Núm. 22 Septiembre-Diciembre 2006.
- CASAL, J., GARCÍA, M.Y MERINO, R. (2007). Los Sistemas Educativos Comprensivos ante las vías y los Itinerarios Formativos. Revista de Educación, 342.
- CASSUTO, LEONARD. LA CRÓNICA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR. <http://chronicle.com/article/The-Part-Time-PhD-Student/142105/>
- CHAN, MARÍA ELENA. (2010). La formación por competencias en el nivel educativo medio superior: la sinergia posible. Revista Mexicana de Bachillerato a Distancia, No. 3, ECOESAD, México. <http://bdistancia.ecoesad.org.mx/>
- DE VRIES, W.; NAVARRO, Y. (2011). "¿Profesionistas del futuro o futuros taxistas? Los egresados universitarios y el mercado de trabajo en México". Revista Iberoamericana de Educación Superior, (RIES), México, issue-unam/Universia, vol. II, núm. 4: 3-27. http://ries.universia.net/index.php/ries/article/view/71/de_vries.
- DE GARAY, A. Y DEL VALLE, G. (2012). Una mirada a la presencia de las mujeres en la educación superior en México. Territorios. Vol. III, Núm. 6. Pp. .3-30.
- FACHELLI, S., PLANAS, J., (2011). Equidad y movilidad intergeneracional de los titulados universitarios catalanes. GRET. Universidad Autónoma de Barcelona.
- FRESÁN (2013). Acreditación del Posgrado. Institucionalización e impacto en Argentina y México.

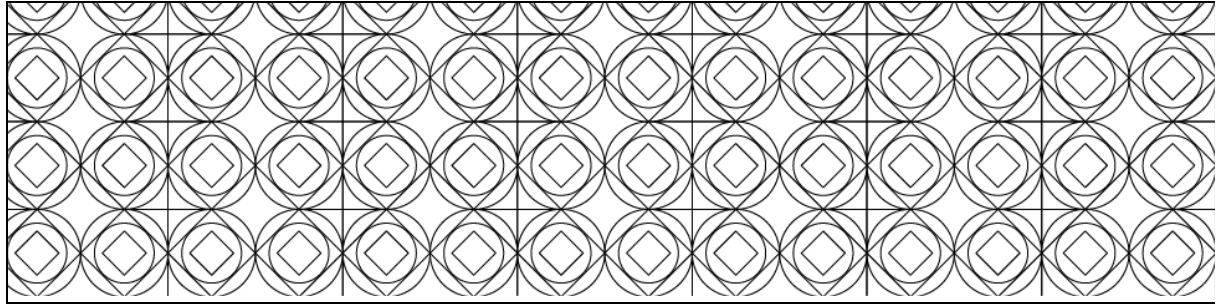
- ANUIES. pp. 313.
- GARCÍA GUADILLA, C. (1991). Modelos de acceso y políticas de ingreso a la Educación Superior. El caso de América Latina y el Caribe. Educación Superior y Sociedad, (La Habana, Cuba), Vol. 2 No. 2. Pp. 72-93.
- GARCÍA GUADILLA, C. (1994). Posgrados en América Latina: elementos de análisis. Pensamiento Universitario (Buenos Aires), año 2, núm. 2. Pp. 1-17.
- HERNÁNDEZ, L. (2003). Mercado Laboral de Profesionistas en México. Diagnóstico (1990-2000) Primera parte. México. 381 pp.
- HERNÁNDEZ, L. (2012). Mercado laboral de profesionistas en México. Diagnóstico (2000-2009) y prospectiva (2010-2020). ANUIES. pp. 434.
- IBARROLA, N., SAÑUDO, L., MORENO, M. BARRERA, M. (2012). Los profesionales de la Educación con formación de posgrado que México requiere. CINVESTAV. México.
- INFORME DE ACTIVIDADES 2013-2014. Mtro. Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla. UdeG. Abril, 2014.
- JÜRGEN, ENDERS (2002). Serving many masters: The PhD on the labour market, the everlasting need of inequality, and the premature death of Humboldt. Higher Education, Vol. 44, octubre, 2002.
- MERCADO A.; PLANAS J. (2005). Evolución del nivel de estudios de la oferta de trabajo en México: una comparación con la Unión Europea. Revista Mexicana de Investigación Educativa, -Vol X n. 25 pp.: 315-343.
- MORENO, MA. GUADALUPE. (2000). El Sistema de Posgrado en la Secretaría de Educación Jalisco. Génesis y camino hacia la consolidación. Revista la tarea. No. 13/14. SNTE. Guadalajara, México. <http://www.latarea.com.mx/articu/articu13/moreno13.htm>
- NAVARRO, J. (2013). Universidad y mercado de trabajo en Cataluña: un análisis de la inserción laboral de los titulados universitarios. GRET. Universidad Autónoma de Barcelona.
- OFERTA EDUCATIVA, UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA. <http://www.copladi.udg.mx/estadística/numeralia>
- PLANAS, J. (2011). La relación entre educación y empleo en Europa. PAPERS Revista de Sociología. Nº 96/4.
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA (2001). Plan Nacional de Educación. México, D. F.
- SOLÍS:, ROCHA, E., BRUNET, N. (2013). Orígenes Sociales, Instituciones, y Decisiones Educativas en la transición a la Educación Media Superior. El Caso del Distrito Federal. COMIE. Vol. 18, Núm. 59: 1165-1188.
- UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA. <http://www.udg.mx/oferta-academica/posgrados/doctorados>
- VILLARREAL, O., LANDETA, J. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en Dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Vol. 16, Nº 3: 31-52, Universidad del País Vasco.

Notas

- ³ Los itinerarios, según Casal et al. (2006), identifican las probables situaciones de futuro donde discurrirá el itinerario (también usamos como sinónimo el término trayectoria); el término rumbo anuncia la “dirección de futuro” y proviene de una articulación de las situaciones de presente con el itinerario recorrido (situaciones del pasado). Los itinerarios, según Casal et al. (2006), identifican las probables situaciones de futuro donde discurrirá el itinerario.
- ⁴ Globalización: la integración comercial y política en Europa, la del bloque asiático y por supuesto la de América del Norte y América del sur respectivamente, han llevado a una toma de conciencia sobre la necesidad de contar con parámetros comunes para medir la calidad de la formación de los profesionales (Chan 2010).
- ⁵ En EE. UU. los doctorados, según Cassuto (2013), predominan los estudiantes de posgrado de medio tiempo o, como los denomina, “a tiempo parcial”, siendo común sobre todo en las áreas de humanidades y campos relacionados. Con ello, los programas se convierten en modelos pequeños en donde se inscriben estudiantes a tiempo completo con total ayuda financiera, los estudiantes a tiempo parcial están siendo gradualmente expulsados.
- ⁶ Planas (2009), explica que la expansión educativa es el fenómeno por el cual cada generación ha elevado su nivel de conocimientos respecto a la precedente. Este fenómeno, que se ha producido a lo largo de la segunda mitad del pasado siglo, ha configurado la estructura actual de nuestras poblaciones activas, en las que coexisten personas nacidas entre las décadas de 1940 y 1980, que, por consiguiente, disponen de niveles de educación y de experiencia extremadamente distintos. Béduwé y Planas (2002) la definen como la forma de entrada en la vida activa de las nuevas generaciones, cada una de las cuales es mejor educada que la anterior y, sin duda, tiene más títulos.
- ⁷ Eslovenia, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Luxemburgo, México, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Suecia Suiza y Turquía. <http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/>
- ⁸ Para este estudio se hablará indistintamente de trayectoria académica o itinerario formativo, mientras no se sustente ampliamente cada uno de los conceptos.



La micro, pequeña y mediana empresa (MiPyME)



Validez factorial de un estudio diagnóstico de medición de la orientación al mercado de los hoteles pymes del estado de Sonora

RAFAEL HERNÁNDEZ LEÓN

JESÚS MARTÍN CADENA BADILLA

RAMÓN ARTURO VEGA ROBLES

Resumen

El propósito de esta investigación es validar la estructura factorial y consistencia del instrumento aplicado para determinar el nivel sobre orientación al mercado (OM), a los mandos medios de pymes hoteles del estado de Sonora. El instrumento consiste de 24 ítems aplicado a 120 directivos de hoteles pymes de una población de 178. La Estructura Factorial del Constructo ha quedado establecida por un análisis factorial (AF) exploratorio, mediante Componentes Principales y Rotación Varimax. La Confiabilidad se obtuvo por la prueba Alfa de Cronbach, la cual resultó altamente confiable, así mismo se determinó la matriz de correlación mediante la cual se comprobó la factibilidad de realizar un AF. Resultaron 7 factores, los cuales englobaron en su totalidad a los componentes del constructo OM, propuesto por Lambin (1995), reestructurada por Lado, Maydeu y Rivera (1998) y por Lado Maydeu y Martínez (1998). Se concluye que el instrumento es confiable y puede ser utilizado en investigaciones futuras.

Introducción

La mayoría de las empresas mexicanas se encuentran en el sector de pymes. De ahí la importancia estratégica que éstas adquieren en términos de desarrollo económico nacional, regional o local. Únicamente en el 2006 existieron más de cuatro millones de empresas (productores agrícolas, ganaderos, acuicultores, mineros, artesanos, manufactureras, comercios, servicios turísticos y culturales), de las cuales 99.7% eran micro (97%) y pequeñas (2.7%). El resto, medianas (0.2%) y solo el 0.1% grandes corporativos (Venegas, Cruz y Segovia, 2008).

En México, el desarrollo de actividades turísticas con orientación a la satisfacción del cliente es significativo en cuanto a la derrama económica. El turismo es uno de los sectores de la economía más importantes, siguiéndolo la industria petrolera y las remesas de los mexicanos en el exterior. En el año 2007 ocupó el octavo lugar mundial en cuanto a la captación de turistas extranjeros, siendo de 21 millones 424 mil turistas (Secretaría de Turismo, 2007) y generando ingresos por \$17 mil 901 millones de dólares (Secretaría de Turismo, 2008), además, la actividad turística es altamente dependiente de las fluctuaciones económicas internacionales o de eventos catastróficos (Enríquez, 2010).

En tanto la OM, al igual que la innovación tecnológica y el capital relacional en las empresas pymes, de acuerdo a González y Rodenes (2008), es un tema que sigue teniendo áreas de oportunidad para la investigación. Así, desde principios de los años cincuenta se afirmaba que las organizaciones que adoptaran el concepto de mercadotecnia, obtendrían mejores resultados y, desde 1988, el Marketing Science Institute estableció como una de sus líneas de análisis el

estudio de la OM de las empresas a sus clientes y a sus mercados, así como las posibles consecuencias que se derivan de este hecho, convirtiéndose en un eje central de estudio científico empresarial (Álvarez, Santos y Vázquez 2001). Debido a que las empresas del sector turístico son intensivas en mano de obra, en especial hoteles, la formación de recursos humanos con orientación al cliente juega un rol fundamental y es clave para lograr destinos competitivos en un mundo cambiante como el de hoy (Damm y Szmulewicz, 2007).

En las pymes, la orientación estratégica presenta tres ejes principales: la OM, la orientación emprendedora (OE) y la orientación al aprendizaje (OA) (Calatone, Cavusgil y Zhao, 2002). Particularmente, la OM se define como “la cultura organizativa que de forma más efectiva genera los comportamientos necesarios para la creación de un valor superior para los compradores, y por consiguiente unos mejores resultados para la empresa” (Narver y Slater, 1990). El fin de preparar a los empleados de una empresa, de innovar y organizarse, es para satisfacer al cliente, en ese sentido una empresa orientada al mercado debe estar orientada a los clientes, a sus competidores y presentar una coordinación entre todas sus funciones, representando una capacidad clave en cualquier organización empresarial (Bhuiyan, Menguc y Bell, 2005).

La formación de un constructo en el que se basó todo el contenido teórico del conocimiento de OM ha topado con la carencia de un concepto de mercadotecnia ampliamente aceptado, dando como resultado una gran cantidad de definiciones del concepto de OM. Entre los autores que han aportado definiciones de OM son: Felton (1959), Shapiro (1988), Kohli y Jaworski (1990), Narver y Slater (1990), Kohli, Jaworski y Kumar (1993), Rueckert (1992), Pelham y Wilson (1996), y Kasper (1998). Todo esto ha llevado, en las organizaciones de diferentes giros, al desarrollo de una gran variedad de estudios tanto teóricos como empíricos que se utilizan mundialmente, centrados en el conocimiento de OM y en la comprobación de sus relaciones con otras variables estratégicas dentro del área de la mercadotecnia (Martínez, 2004; González y Rodenes, 2008).

En la mayoría de los estudios sobre OM, el cliente se considera el actor central, de tal manera que las organizaciones que cuentan con una filosofía empresarial y comportamientos que ubican al cliente como objetivo principal a satisfacer, es decir que cuentan con un mayor grado de OM, llegan a desarrollar más innovación (Vargas, Martínez y Mojica, 2010).

Entre los sectores de pymes, el de servicio es cada vez más importante en la economía mundial, en México también se observa esa tendencia donde la aportación al PIB y la generación de empleos es considerable. Dentro del sector de servicio, el turismo nacional es un pilar de la economía mexicana, de acuerdo al censo industrial del 2004 el sector de alojamiento turístico mexicano se integra por 11,740 establecimientos, compuesto por 10,596 hoteles (Rodríguez, y Brown 2012).

En un estudio reciente realizado por Vega (2012), en empresas pymes de la región de Sonora, México, se ha encontrado que existe una deficiencia en la cultura de OM por parte de los ejecutivos de mandos medios, ocasionada por una deficiente formación en el perfil de mercadotecnia. El estudio consistió en una encuesta donde los mandos medios se autocalificaron en las diferentes áreas de OM, arrojando: en cultura organizativa un promedio de 60, en el grado de escolaridad se encontró que el 45.45 % de los ejecutivos responsables de atención al cliente en los hoteles, presentan una escolaridad menor a licenciatura, el 36.36 % tienen nivel de licenciatura, 9.09 % nivel de especialidad y el 9.09 % nivel de maestría.

Podemos deducir por la literatura que la OM es un pilar fundamental para el éxito de las pymes y presenta un obstáculo que difícilmente se solventa en su totalidad, convirtiéndose en un reto constante a superar para ser competente en el mercado. Por otro lado, las empresas en general, tanto internacional, nacional y regional, están en constante lucha para mantener una OM exitosa. Entonces, ¿cómo pueden los mandos medios de las pymes hoteleras adquirir la experiencia para el mejoramiento de la OM a un bajo costo y en un corto plazo? Estas reflexiones motivaron a realizar un estudio de diagnóstico sobre orientación al mercado, que determine el grado de OM que presenten los mandos medios de los hoteles pymes del estado de Sonora, del cual se obtuvieron 120 encuestas que se analizaron estadísticamente. Para confirmar la veracidad del estudio, se realizó un análisis factorial mediante el cual se determina la factibilidad del instrumento y se reducen los componentes del mismo.

Diseño metodológico

La información que en este trabajo se analiza es resultado del proyecto de investigación: Diagnóstico sobre OM en hoteles pymes del estado de Sonora (Hernández, Romero, Cadena, y


Vega, 2013), área del sector turístico que se ve sometida diariamente a exigencias de sus clientes que muchas veces no son posibles de solventar.

La población está formada por el sector de pymes hoteleras del estado de Sonora, México, conformada por 415 hoteles según la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Sonora, A. C., de los cuales 178 son pymes. La muestra fue de 120 hoteles, calculada aleatoriamente de los 178 hoteles pymes, utilizando un nivel de confianza de 95% y un error permitido de 5%, condiciones de validez cuando el estimador del parámetro tiene un comportamiento normal (Barón y Téllez, 2004).

Se consideraron las principales ciudades del estado distribuidas en zona norte: San Luis, Puerto Peñasco, Caborca, Nogales y Agua Prieta; zona centro, Hermosillo y sus comisarías; y zona sur, Guaymas, Obregón, Navojoa y Huatabampo.

Se solicitó a la Universidad de Sonora un oficio institucional de colaboración para esta investigación. Para recolectar los datos se le solicitó apoyo a la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Sonora, A. C., la cual le envió por correo electrónico la encuesta a todos los hoteles afiliados a la asociación. La otra parte se realizó de forma personal por medio de una entrevista a los gerentes del departamento de mercadotecnia de los hoteles pymes del estado Sonora. El periodo de recolección fue de agosto a diciembre del 2013.

La encuesta consta de un cuestionario dividido en tres partes. La primera parte es un apartado de preguntas con los datos del entrevistado. La segunda parte corresponde a preguntas referentes a los datos de la empresa. Por último, la tercera parte, que corresponde al apartado principal, se divide en once sub apartados: 1) análisis de clientes con cuatro ítems; 2) acciones estratégicas de clientes con cuatro ítems; 3) análisis de la competencia con dos ítems; 4) acciones estratégicas sobre la competencia con dos ítems; 5) análisis del entorno con dos ítems; 6) acciones estratégicas sobre el entorno con dos ítems; 7) coordinación interfuncional con dos ítems; 8) tecnologías sobre el almacenamiento de datos personales de los clientes con un ítem; 9) tecnologías sobre almacenamiento de preferencias y gustos de los clientes con un ítems; 10) tecnologías que permiten al cliente conocer los servicios disponibles en el hotel con un ítem; 11) tecnologías que se utilizan como herramientas de capacitación con ítems (ver tabla 1).

Tabla 1. Ítems o variables del instrumento						
Muy en desacuerdo  Muy de acuerdo						
1	Disponemos permanentemente de una medida del grado de satisfacción de nuestros clientes	1	2	3	4	5
2	Tenemos procedimientos que nos permiten seguir la evolución de las necesidades actuales de nuestros mercados	1	2	3	4	5
3	Conocemos muy bien los factores que influyen a los clientes al tomar la decisión de seleccionar un hotel para hospedarse	1	2	3	4	5
4	Recogemos información suficiente para detectar la aparición de nuevos segmentos de mercado	1	2	3	4	5
5	Ofrecemos a nuestros clientes soluciones adaptadas a sus necesidades y no simplemente productos/servicios estándares	1	2	3	4	5
6	Estudiamos los conceptos de los productos/servicios que responderán a las necesidades futuras de nuestro mercado.	1	2	3	4	5
7	Actualizamos sistemáticamente productos/servicios innovadores	1	2	3	4	5
8	Somos más rápidos que la competencia para responder a los cambios en las necesidades de los clientes	1	2	3	4	5
9	Conocemos muy bien a nuestros competidores más peligrosos	1	2	3	4	5
10	Conocemos muy bien los objetivos y estrategias de nuestros competidores más peligrosos	1	2	3	4	5
11	Respondemos rápidamente a las acciones más peligrosas de la competencia	1	2	3	4	5
12	Emprendemos acciones sistemáticas para anticiparnos y sorprender a la competencia	1	2	3	4	5
13	Hemos desarrollado sistemas que nos permiten seguir de cerca el impacto de los cambios en el entorno legal, tecnológico, económico, etc.	1	2	3	4	5
14	Hemos identificado los factores sensibles que pueden tener un impacto en nuestro negocio	1	2	3	4	5
15	Desarrollamos estrategias que se dirigen a defender los intereses de la empresa a través de la información y la influencia de los grupos de presión importantes, tales como asociaciones de consumidores y usuarios, sindicatos, partidos políticos, etc.	1	2	3	4	5
16	En la elaboración de nuestro plan estratégico, utilizamos el método de los escenarios y definimos una o varias estrategias alternativas	1	2	3	4	5
17	La información importante sobre el mercado siempre es difundida a todas las áreas funcionales de la empresa	1	2	3	4	5

Continuación Tabla 1. Ítems o variables del instrumento						
18	Las estrategias de orientación al mercado siempre son elaboradas concertadamente con las otras funciones o áreas de la empresa	1	2	3	4	5
19	Utilizamos medios tecnológicos para que los clientes conozcan los productos/servicios disponibles	1	2	3	4	5
20	La empresa cuenta con un programa de capacitación en orientación al mercado	1	2	3	4	5
21	La empresa cuenta con sistemas tecnológicos de la información para que sus ejecutivos en orientación al mercado reciban capacitación	1	2	3	4	5
22	La capacitación por medio de tecnologías de la información en la organización sobre orientación al mercado es permanente	1	2	3	4	5
23	La capacitación por medio de tecnologías de la información recibida en orientación al mercado es proporcionada por personal experto en la materia	1	2	3	7	8
24	La capacitación en orientación al mercado es recibida por medio de un software	1	2	3	4	5

La encuesta se aplica para la puntuación Likert. Ver la tabla 2.

Tabla 2. Puntuación Likert para encuestas aplicadas a mandos medios	
Puntuación: escala likert	Descripción
1	Muy en desacuerdo
2	Algo en desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	Algo de acuerdo
5	Muy de acuerdo

La información obtenida en las encuestas fue ingresada a una base de datos diseñada en una hoja de cálculo de Excel. Posteriormente, y empleando el mismo software, se procedió a desagregar los antecedentes utilizando criterios referidos a aspectos sociodemográficos (sexo, edad, escolaridad), laborales (años de experiencia, antigüedad en la empresa, puesto), perfil organizacional (giro y tamaño de la empresa, origen de capital, antigüedad como empresa, mercado que atiende y posición en el mercado). Paralelamente se capturó la información referente a los ítems de las dimensiones del OM. El tratamiento estadístico se realizó en software SPSS 20 para Windows. Se empleó el método de Componentes Principales con rotación Varimax para la extracción de factores, y se retuvieron aquellos factores con eigenvalue mayor que uno (Kaiser, 1970; Tabachnick y Fidell, 2007).

Proceso del AF

Según Cadena (2013), para desarrollar el proceso de AF es preciso efectuar seis pasos del modelo factorial: objetivos, diseño, supuestos, estimación de los factores y valoración del ajuste global, interpretación y validación.

- Paso 1, objetivos del AF. La finalidad es identificar la estructura de un conjunto de variables y reducción de los datos. Se analizan los ítems o variables del instrumento para determinar si es posible agrupadas en factores que describan de forma adecuada y suficiente la estructura de la OM. En la tabla 3 se presentan los resultados descriptivos de OM.

Tabla 3. Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típ.
VAR1	120	2.00	5.00	3.7167	.74680
VAR2	120	2.00	5.00	3.2917	.76032
VAR3	120	1.00	5.00	3.2917	.76032
VAR4	120	1.00	5.00	3.1500	.94957
VAR5	120	1.00	5.00	3.8500	.94957
VAR6	120	1.00	5.00	4.0333	.81924
VAR7	120	1.00	5.00	2.6750	.84179
VAR8	120	1.00	5.00	3.2583	.94820

VAR9	120	2.00	4.00	3.1917	.78103
VAR10	120	1.00	5.00	2.2333	1.17918
VAR11	120	1.00	4.00	2.5000	1.27021
VAR12	120	1.00	4.00	2.6083	1.39805
VAR13	120	1.00	5.00	2.4333	1.40667
VAR14	120	1.00	5.00	2.6250	1.30971
VAR15	120	1.00	5.00	2.4750	1.14468
VAR16	120	1.00	5.00	2.2333	1.47091
VAR17	120	1.00	5.00	2.9000	1.42840
VAR18	120	1.00	4.00	2.6250	1.22346
VAR19	120	1.00	5.00	2.9667	.82943
VAR20	120	1.00	5.00	2.4917	.88873
VAR21	120	1.00	5.00	2.9250	.95409
VAR22	120	1.00	4.00	2.7417	.86477
VAR23	120	1.00	4.00	2.7250	.67317
VAR24	120	2.00	4.00	2.6667	.53974
N válido (según lista)	120				

- Paso 2, diseño del AF. Una vez determinado el propósito del AF, el siguiente paso consiste en definir la serie de variables que se van a examinar. En este análisis todas las variables son métricas y forman un conjunto homogéneo apropiado para el AF. En cuanto a la adecuación del tamaño de muestra, se tienen 120 observaciones que participaron en forma aleatoria y que es una base adecuada para el cálculo de las correlaciones entre las variables.
- Paso 3, determinación del AF. En primera instancia calcular Alfa de Cronbach y la matriz de correlaciones, para determinar la fiabilidad y factibilidad de realizar un AF. El valor arrojado de Alfa de Cronbach fue de 0.880, lo cual nos indica que es fiable, la matriz de correlación (ver tabla 3) determina si es adecuado realizar un AF. Uno de los requisitos que deben cumplirse para que el AF tenga sentido es que las variables estén altamente correlacionadas, ya que esto supone que se pueden explicar por factores comunes.

Se puede observar en la tabla 4 que los ítems presentan relación entre sí, ya que la correlación entre algunas variables es mayor que 0.30, lo cual indica la conveniencia de aplicar el AF.

	VAR1	VAR2	VAR3	VAR4	VAR5	VAR6	...	VAR19	VAR20	VAR21	VAR22	VAR23	VAR24
VAR1	1	.236**	-.253**	.226*	.188*	.249**	...	-.137	-.168	-.124	-.010	-.023	.076
VAR2	.236**	1	.026	.183*	.015	.038016	.022	.054	.077	.060	-.007
VAR3	-.253**	.026	1	.055	.049	.038	...	-.104	-.040	.077	.128	.076	-.089
VAR4	.226*	.183*	.055	1	.109	.048028	.111	.133	.150	.223*	.148
VAR5	.188*	.015	.049	.109	1	.309**100	.018	.071	.178	.106	.098
...
VAR20	-.168	.022	-.040	.111	.018	-.046638**	1	.430**	.199*	.481**	.362**
VAR21	-.124	.054	.077	.133	.071	-.072528**	.430**	1	.679**	.635**	.343**
VAR22	-.010	.077	.128	.150	.178	.072410**	.199*	.679**	1	.786**	.354**
VAR23	-.023	.060	.076	.223*	.106	.047254**	.481**	.635**	.786**	1	.439**
VAR24	.076	-.007	-.089	.148	.098	.120538**	.362**	.343**	.354**	.439**	1

La prueba de contraste de esfericidad de Bartlett se usó para detectar la presencia de correlaciones entre las variables. El valor del contraste de esfericidad presentó un valor de $p < 0.05$, por lo cual es factible aplicar un AF. También se determinó el índice KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) de adecuación de la muestra. A este índice se le conoce como medida de adecuación de la muestra y contrasta si las correlaciones parciales entre las variables son suficientemente pequeñas. Permite comparar la magnitud de los coeficientes de correlación observados con la magnitud de los coeficientes de correlación parcial. Para que resulte apropiada la realización de

un AF el índice KMO deberá ser mayor que 0.5. En este caso el índice KMO = 0.641 indica que es conveniente realizar el AF.

- Paso 4: estimación de los factores y valoración del ajuste global. El procedimiento del AF se basa en el cálculo inicial de una matriz de correlaciones entre las variables de estudio. De esta matriz se hace la estimación de un modelo de factores para obtener la matriz de factores. Posteriormente se interpretan las cargas de las variables sobre sus respectivos factores para identificar la estructura subyacente de las variables. Al considerar tan sólo un número entre todas las variables observadas, la varianza total no queda totalmente explicada. Por tanto, toma valores entre cero y uno, es decir, entre la posibilidad de que los factores comunes no expliquen nada de la variabilidad de una variable o que por el contrario ésta quede totalmente explicada (Bernal, Martínez y Sánchez, 2005). Las comunalidades representan el coeficiente de correlación lineal múltiple de cada variable con los factores, en éste caso la mayoría fueron altas, lo que se consideró que todas las variables están bien representadas en el espacio de los factores (ver tabla 5).

Se utilizó el siguiente procedimiento para obtener los factores:

- Lo primero es obtener la matriz de factores para de ahí extraer los que representen los datos. Para determinar los factores que dan forma al constructo de OM, se ha efectuado un AF exploratorio por componentes principales y con Rotación Varimax. Para seleccionar el número de factores, se ha utilizado este método que consiste en seleccionar el número de auto valores, los cuales expresan el poder explicativo relativo del Factor.
- Los auto valores ayudan a seleccionar el número de factores, pero además se debe valorar la importancia de cada componente para complementar el análisis con el uso de la información que ofrecen éstos. Se analizaron los autos valores originales, en donde el número de factores es igual al número de variables o ítems, al rotarlos se obtuvieron siete factores. Considerando que lo que se busca con el AF es evitar información redundante, no tendría sentido extraer factores con auto valores inferiores a uno o donde las pendientes se empiecen a hacer pequeñas, ya que estos factores serian insignificantes y los valores mayores estarían explicando la mayor variabilidad posible (Bernal, Martínez y Sánchez, 2005).

En este modelo se puede comprobar que a partir del componente número siete, el auto valor comienza a disminuir la variación, lo que indica que las pendientes empiezan a ser más pequeñas. Con estos siete factores, el porcentaje de la varianza explicada acumulada asciende al 76.495%, por lo que se puede considerar que este porcentaje de varianza explicada es suficiente.

En la tabla 6 se puede observar que los factores se muestran en un orden decreciente de varianza explicada, obteniéndose así siete factores, por lo que coincide con el número de factores utilizados en el instrumento utilizado por Lambin (1995), y reestructurado por Lado, Maydeu y Rivera (1998) y por Lado, Maydeu y Martínez (1998).

- Elaborar el gráfico de sedimentación. Para mostrar los factores obtenidos se puede observar en el gráfico de sedimentación (gráfica 1), que la línea horizontal roja divide los auto valores que tienen mayor pendiente (hacia arriba de la línea). Estos valores son los que dan la mayor información requerida.

El gráfico de sedimentación de las componentes es utilizado también como contraste gráfico para conocer el número de componentes a retener (criterio de la media aritmética). Según este criterio se retienen todos los componentes que están situados previamente a la zona de sedimentación, entendiendo por ésta la parte del gráfico en la que los componentes empiezan a no presentar pendientes fuertes

Tabla5. Comunalidades		
	Inicial	Extracción
VAR1	1.000	.754
VAR2	1.000	.613
VAR3	1.000	.765
VAR4	1.000	.450
VAR5	1.000	.411
VAR6	1.000	.706
VAR7	1.000	.610
VAR8	1.000	.745
VAR9	1.000	.826

VAR10	1.000	.741
VAR11	1.000	.915
VAR12	1.000	.939
VAR13	1.000	.944
VAR14	1.000	.957
VAR15	1.000	.890
VAR16	1.000	.781
VAR17	1.000	.877
VAR18	1.000	.941
VAR19	1.000	.769
VAR20	1.000	.688
VAR21	1.000	.779
VAR22	1.000	.791
VAR23	1.000	.700
VAR24	1.000	.766
Método de extracción: Análisis de Componentes principales.		

Tabla 6. Varianza total explicada						
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	7.922	33.006	33.006	7.922	33.006	33.006
2	3.093	12.886	45.893	3.093	12.886	45.893
3	2.155	8.977	54.870	2.155	8.977	54.870
4	1.672	6.967	61.838	1.672	6.967	61.838
5	1.340	5.584	67.421	1.340	5.584	67.421
6	1.155	4.814	72.235	1.155	4.814	72.235
7	1.022	4.260	76.495	1.022	4.260	76.495
8	.901	3.754	80.248			
9	.796	3.318	83.567			
10	.728	3.034	86.601			
11	.685	2.853	89.454			
12	.658	2.741	92.195			
13	.476	1.984	94.180			
14	.374	1.559	95.739			
15	.339	1.411	97.150			
16	.286	1.192	98.342			
17	.206	.860	99.202			
18	.096	.399	99.601			
19	.043	.178	99.779			
20	.021	.086	99.864			
21	.013	.055	99.919			
22	.009	.036	99.955			
23	.007	.031	99.986			
24	.003	.014	100.000			
Método de extracción: Análisis de Componentes principales.						

- Paso 5: interpretación de los factores. Con esos siete factores se explica el 76.495% de la varianza, superando por mucho uno de los rangos mínimos que es entre 50 y 60% del valor de varianza explicada (Morales, 2011), superando lo que para Henson y Roberts (2006), quienes dicen que esperar una varianza explicada por arriba del 60% es una expectativa poco realista.

Otro aspecto relevante es que siempre el primer factor explica la mayor cantidad de varianza, en este estudio arroja 23.438% (ver tabla 7).

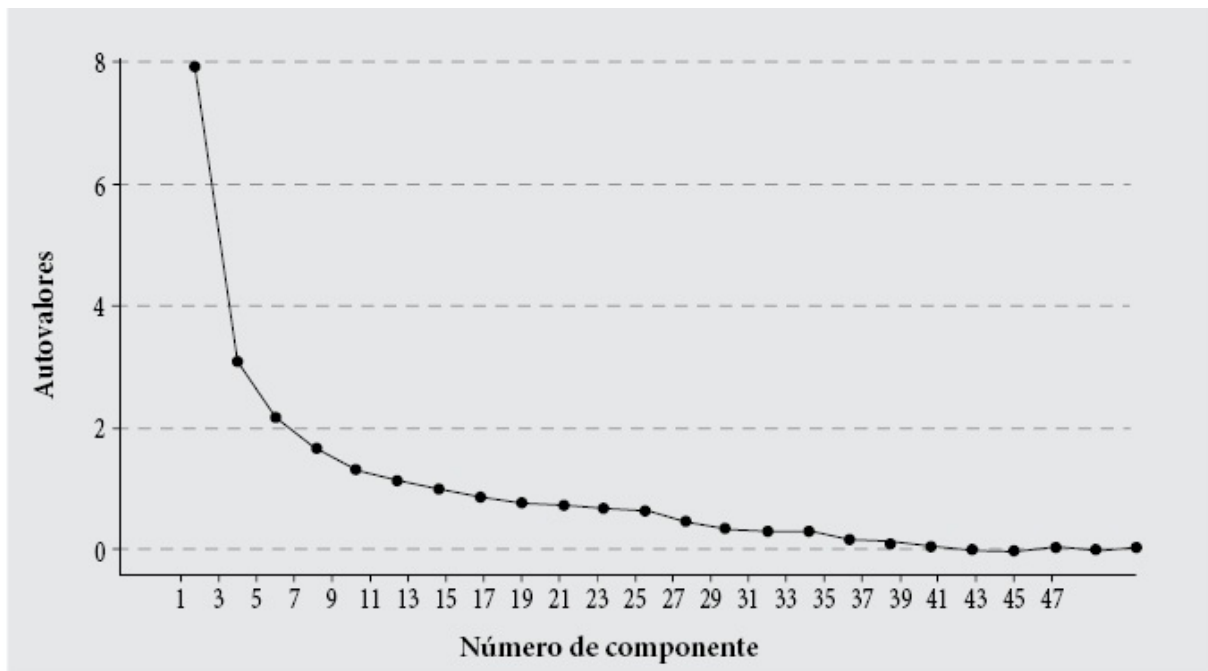


Gráfico 1. Sedimentación

Tabla 7. Matriz con cargas rotadas			
Cargas factoriales rotadas			
Factor	Total	% de la varianza	% acumulado
1	5.625	23.438	23.438
2	3.216	13.399	36.836
3	3.207	13.364	50.200
4	2.000	8.332	58.532
5	1.829	7.621	66.153
6	1.251	5.214	71.367
7	1.231	5.128	76.495

Para evaluar si una solución factorial propuesta es adecuada, se pueden utilizar ciertos indicadores como lo son las comunalidades de los ítems, encontrando mediante este procedimiento el valor de la varianza común que tiene cada uno de los ítems para con los demás. Dichas comunalidades se muestran en la tabla 5.

Para Hair et al. (2010), las variables con una comunalidad menor a 0.50 normalmente son consideradas como carentes de explicación suficiente. Por otro lado, Morales (2011) asegura que una comunalidad de 0.4 ya se puede considerar como suficiente para explicar su contribución a un factor. También cabe mencionar que ambos dicen que esto se deja a criterio del investigador. En la matriz de componentes rotados (tabla 8), todos los ítems del cuestionario OM presentan una comunalidad superior al criterio de Morales (2011).

Tabla 8. Matriz de componentes rotados							
	Componente						
	1	2	3	4	5	6	7
VAR14	.944	.197	.158	-.009	.008	.024	.048
VAR15	.906	.196	-.063	-.053	.094	.005	.120
VAR18	.859	.386	.038	.049	.163	-.039	.149
VAR17	.794	-.068	.071	.089	.350	-.168	.279

VAR16	.790	.321	.079	-.034	-.178	.091	-.073
VAR22	.510	.441	.465	.105	.270	-.142	.124
VAR11	.404	.856	.014	-.043	-.045	.114	-.038
VAR10	.098	.795	.259	.043	.127	-.027	.115
VAR12	.554	.735	-.244	-.044	-.116	.124	.032
VAR13	.599	.690	.065	-.085	-.252	.152	-.103
VAR19	.035	.063	.844	.079	-.144	-.012	-.154
VAR20	.037	-.058	.807	-.044	-.045	.168	-.006
VAR24	-.235	.072	.707	.153	.317	-.271	.094
VAR21	.555	.097	.674	-.054	.050	.022	-.050
VAR23	.341	.324	.568	.022	.352	-.068	.165
VAR8	-.036	-.053	.047	.833	.005	.116	-.177
VAR6	.018	-.088	-.032	.831	.052	-.039	.043
VAR5	.019	.090	.076	.622	.033	.045	.084
VAR1	-.109	.061	-.222	.353	.610	-.042	-.438
VAR4	.176	-.122	.082	-.012	.597	.204	-.013
VAR9	.503	.352	.323	.079	.509	-.190	.208
VAR7	-.001	.078	-.002	.149	.003	.746	.160
VAR2	-.066	.070	.011	-.041	.477	.606	-.088
VAR3	.195	.066	-.097	.011	-.064	.117	.834
Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.							
a. La rotación ha convergido en 15 iteraciones.							

Para determinar los componentes se utilizó la matriz factorial rotada, ya que es más fácil de interpretar porque los factores rotados tratan de que cada una de las variables originales tenga una correlación lo más próxima a uno con uno de los factores, y correlaciones próximas a cero con los restantes, consiguiendo así correlaciones altas con un grupo de variables y bajas con el resto. Para poder realizar una interpretación un poco más sencilla se ha utilizado el sistema de rotación de los factores utilizando la Rotación Varimax, convergiendo dicha rotación en siete iteraciones.

Hair et al. (2010) sugiere que, para que una carga factorial pueda ser considerada como significativa, su valor no debe ser inferior a 0.45 (esto equivale a $n=150$), mientras que Morales (2011) sugiere que una carga factorial de 0.25 (equivalente a $n=400$) ya se puede considerar como significativa, aunque ambos reconocen que depende mucho de la experiencia empírica del investigador y del sustento teórico del constructo.

En la matriz de factores del AF de componentes rotados VARIMAX (tabla 8) se puede observar que el modelo se ajustó a siete factores.

Interpretando la matriz factorial rotada se pueden ver los ítems por factor (ver tabla 9).

Factor	Ítems
1	VAR14, VAR15, VAR16, VAR17, VAR18 Y VAR22
2	VAR10, VAR11, VAR12, Y VAR13
3	VAR19, VAR20, VAR21, VAR23 Y VAR24
4	VAR5, VAR6 Y VAR8
5	VAR1, VAR4 Y VAR9
6	VAR2 Y VAR7
7	VAR3

Una vez obtenida la solución factorial satisfactoria, se le atribuye un significado a cada factor encontrado. Empezando con la interpretación de las cargas factoriales significativas para las variables y el sentido de sus signos para darle nombre a cada factor. Para ello se debe

establecer un nivel mínimo aceptable de significación para los factores. Por el tamaño de muestra utilizado en este trabajo, el punto de corte o carga significativa es a partir de 0.350. Cabe aclarar que las variables con mayores cargas son las más influyentes a la hora de etiquetar un factor.

En cuanto a la varianza total explicada, fue de 76.495%, lo cual se considera muy por arriba de los niveles que marcan algunos autores tales como Morales (2011), quien dice que es común encontrarse con proporciones de varianza total explicada por los factores o componentes entre 50 y 60 por ciento. En un estudio realizado por Henson y Roberts (2006), que consistió en la revisión de 60 AF realizados, se encontró que la proporción promedio de la varianza explicada fue de 52.03 por ciento.

Después de este análisis se dio un nombre a los factores. No se considera apropiado denominar los factores con un término que casi coincida con el de una de las variables, ya que el factor es un constructo latente que no se identifica con uno de los ítems o indicadores observables (Henson y Roberts, 2006). Los ítems quedaron estructurados según la formulación del constructo OM de la siguiente forma: 1) análisis del entorno y acciones estratégicas sobre el entorno, tecnologías para difundir los servicios y coordinación interfuncional; 2) análisis de la competencia y el entorno, acciones estratégicas sobre la competencia; 3) tecnologías para almacenar datos y preferencias de los clientes, difundir los servicios del hotel y la capacitación del personal; 4) acciones estratégicas sobre los clientes; 5) análisis de clientes y análisis de la competencia; 6) análisis de clientes y acciones estratégicas sobre los clientes; 7) análisis de los clientes.

- Paso 6: validación del AF. Para validar, se realiza el AF confirmatorio, utilizando un modelo de ecuaciones estructurales, o por un estudio longitudinal pero esto a menudo no es factible por la restricción del tiempo. Hair et al. (2010) y Cadena-Badilla et al. (2013) recomiendan dividir la muestra en dos y replicar el AF para ambas mitades y comparar; o bien, la replicación del AF a muestras totalmente nuevas. En este trabajo se dividió la muestra en dos partes iguales de 60 datos cada una y se les efectuó a cada mitad un AF con rotación VARIMAX y extracción de factores para replicar el análisis que se le realizó a la muestra completa: para hacer comparaciones y determinar la validez del AF inicial. La tabla 10 contiene la información relativa a las Pruebas de Esfericidad de Bartlett y KMO para ambas mitades, las tablas 11 y 12 muestran un resumen de la matriz de cargas rotadas y las tablas 13 y 14 la matriz de componentes rotados para la primera y segunda mitad respectivamente. En estas tablas se puede ver que cada una de estas dos nuevas corridas de AF cumple con los supuestos básicos del mismo, quedando implícito el cumplimiento de los demás supuestos.

El índice KMO para ambos es aceptable, el contraste de esfericidad de Bartlett en ambos casos significativo, existen las suficientes correlaciones entre variables como para aplicar un AF. No hay cambios significativos en las cargas factoriales de los tres análisis ni tampoco en las varianzas explicadas validando el AF. En las tablas 11 y 12 de la matriz de componentes rotados para cada mitad de la muestra se aprecia que no existen diferencias significativas en los pesos de las variables en los factores y que sólo se dan pequeños cambios en el orden de las variables para cada factor, replicando la estructura factorial que se obtuvo con la muestra total. Hair et al. (2010) y Cadena-Badilla et al. (2013) aseguran que cuando esto sucede, se puede tener la seguridad de que los resultados son estables dentro de la muestra.

KMO y prueba de Bartlett Primera mitad de la muestra.		KMO y prueba de Bartlett Segunda mitad de la muestra.			
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	.645	Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	.631		
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1239.487	Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1496.487
	gl	276		gl	276
	Sig.	.000		Sig.	.000

Cargas factoriales rotadas			
Factor	Total	% de la varianza	% acumulado

1	4.522	18.843	18.843
2	4.050	16.876	35.719
3	2.652	11.051	46.770
4	2.519	10.496	57.266
5	2.484	10.350	67.616
6	1.657	6.905	74.521

Tabla 12. Matriz con Cargas Rotadas de Factores segunda mitad de la muestra.

Cargas factoriales rotadas			
Factor	Total	% de la varianza	% acumulado
1	4.509	18.789	18.789
2	3.883	16.178	34.967
3	2.774	11.557	46.524
4	2.554	10.640	57.164
5	1.728	7.200	64.364
6	1.405	5.856	70.220
7	1.308	5.449	75.669

Tabla 13. Matriz de componentes rotadosa

	Componente						
	1	2	3	4	5	6	7
VAR14	.944	.197	.158	-.009	.008	.024	.048
VAR15	.906	.196	-.063	-.053	.094	.005	.120
VAR18	.859	.386	.038	.049	.163	-.039	.149
VAR17	.794	-.068	.071	.089	.350	-.168	.279
VAR16	.790	.321	.079	-.034	-.178	.091	-.073
VAR22	.510	.441	.465	.105	.270	-.142	.124
VAR11	.404	.856	.014	-.043	-.045	.114	-.038
VAR10	.098	.795	.259	.043	.127	-.027	.115
VAR12	.554	.735	-.244	-.044	-.116	.124	.032
VAR13	.599	.690	.065	-.085	-.252	.152	-.103
VAR19	.035	.063	.844	.079	-.144	-.012	-.154
VAR20	.037	-.058	.807	-.044	-.045	.168	-.006
VAR24	-.235	.072	.707	.153	.317	-.271	.094
VAR21	.555	.097	.674	-.054	.050	.022	-.050
VAR23	.341	.324	.568	.022	.352	-.068	.165
VAR8	-.036	-.053	.047	.833	.005	.116	-.177
VAR6	.018	-.088	-.032	.831	.052	-.039	.043
VAR5	.019	.090	.076	.622	.033	.045	.084
VAR1	-.109	.061	-.222	.353	.610	-.042	-.438
VAR4	.176	-.122	.082	-.012	.597	.204	-.013
VAR9	.503	.352	.323	.079	.509	-.190	.208
VAR7	-.001	.078	-.002	.149	.003	.746	.160
VAR2	-.066	.070	.011	-.041	.477	.606	-.088
VAR3	.195	.066	-.097	.011	-.064	.117	.834

Método de extracción: Análisis de componentes principales.
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 15 iteraciones.

Tabla 14. Matriz de componentes rotadosa

	Componente						
	1	2	3	4	5	6	7
VAR00013	.927	.229	-.021	.182	-.092	-.036	-.021
VAR00011	.919	.105	.219	-.072	-.039	.001	-.051
VAR00012	.900	.263	.018	-.219	-.087	-.101	-.035
VAR00016	.724	.437	-.052	.224	.016	-.155	.042
VAR00010	.616	.070	.493	.038	.098	.172	-.085
VAR00017	.045	.949	.177	.015	-.005	-.047	-.017
VAR00015	.467	.815	-.017	.029	-.137	-.024	.059
VAR00018	.559	.776	.190	-.014	-.061	-.045	-.025
VAR00014	.547	.758	.000	.264	-.016	-.078	.065
VAR00009	.244	.631	.567	-.002	.075	.117	-.034
VAR00024	-.128	-.120	.799	.289	.105	-.001	-.185
VAR00023	.149	.238	.747	.321	-.089	.010	.071
VAR00022	.239	.330	.726	.228	-.126	-.044	.071
VAR00020	-.052	.029	.169	.860	.051	.082	.031
VAR00019	-.027	-.039	.269	.815	.036	-.031	-.115
VAR00021	.226	.261	.348	.686	-.113	-.122	.194
VAR00001	-.126	-.119	.133	-.445	.377	.314	.424
VAR00006	-.019	-.007	-.050	-.060	.770	-.015	-.141
VAR00008	-.060	-.062	-.049	.140	.709	.334	-.070
VAR00003	.106	.062	-.083	.056	-.187	.831	-.084
VAR00007	.090	.028	-.300	.064	-.554	.560	-.302
VAR00002	-.034	.022	-.101	.020	-.175	-.014	.869
VAR00005	-.017	.114	.062	.017	.091	.112	.873
VAR00004	-.104	.356	.101	.056	.023	.253	.351
Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.							
a. La rotación ha convergido en 12 iteraciones.							

Discusión y conclusiones

El objetivo de este trabajo es incorporar el resultado de la verificación factorial en OM para así poder hacer una inferencia válida con estos resultados en la población objetivo de estudio. El análisis incluyó una muestra de 120 mandos medios (encargados, gerentes o propietarios) de las pymes (hoteles), localizadas en el estado de Sonora. Mediante el AF con Componentes Principales y Rotación Varimax, en la Validación del Constructo, se obtuvieron primero siete factores con auto valores mayores que uno, ajustándose al número de factores de la escala original propuesta por Lado, Maydeu y Rivera (1998). El arreglo obtenido para cada dimensión se puede ver en la tabla 15. Después de la realización del AF, de la Validez y Confiabilidad del instrumento OM, se puede proceder a asegurar que dicho cuestionario es válido y confiable, y su estructura permite exponer los resultados y conclusiones obtenidos en la presente investigación, haciendo inferencia válida en la población con la información obtenida de la muestra. La estrategia empresarial es la que engloba todas las estrategias de la compañía, por esta razón se toma como base el análisis del nivel estratégico de las pymes para determinar la influencia de este sobre la OM.

Factor	Nombre	Variable
1	Análisis y acciones estratégicas sobre el entorno, tecnologías para difundir los servicios y coordinación interfuncional	VAR14, VAR15, VAR16, VAR17, VAR18 Y VAR22
2	análisis de la competencia y el entorno, acciones estratégicas sobre la	VAR10,VAR11, VAR12, Y VAR13

	competencia	
3	tecnologías para almacenar datos y preferencias de los clientes, difundir sus servicios y capacitación del personal	VAR19,VAR20, VAR21, VAR23 Y VAR24
4	Acciones estratégicas sobre clientes	VAR5, VAR6 Y VAR8
5	análisis de clientes y análisis de la competencia	VAR1, VAR4 Y VAR9
6	análisis sobre los clientes acciones estratégicas sobre los clientes	VAR2 Y VAR7
7	análisis de los clientes	VAR3

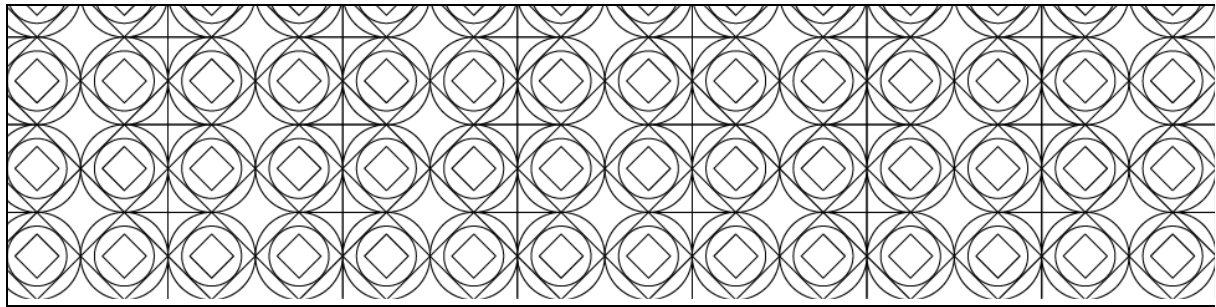
Una vez determinado que el nivel estratégico influye significativamente sobre el constructo OM, y como la estrategia tecnológica es parte de la estrategia corporativa de la empresa, se puede deducir que la estrategia tecnológica también influye significativamente sobre el nivel de OM. También se determinó que existe influencia directa, positiva y significativa entre OM y el compromiso organizacional, OM y espíritu de equipo, OM y desempeño total del negocio.

Referencia bibliográfica

- ÁLVAREZ, L. I., SANTOS, M. L., Y VÁZQUEZ, R. (2001). El concepto de orientación al mercado: perspectivas, modelos y dimensiones de análisis. Departamento de Administración de Empresas y Contabilidad, Universidad de Oviedo, España.
- BERNAL, J., MARTÍNEZ, S., & SÁNCHEZ, J. (2005). Modelización de los Factores más Importantes que Caracterizan a un Sitio en la Red. Recuperado de: http://www.uv.es/asepuma/XII/comunica/bernal_martinez_sanchez.pdf
- BARÓN, F., TÉLLEZ, F. (2004). Apuntes de Bioestadística: Tercer Ciclo en Ciencias de la Salud y Medicina. Departamento de Matemáticas Aplicada, Universidad de Málaga. Recuperado de: <http://www.bioestadistica.uma.es/baron/apuntes/ficheros/cap02.pdf>
- BHUIAN, S.N., MENGUC, B. Y BELL, S.J. (2005). Just entrepreneurial enough: the moderating effect of entrepreneurship on the relationship between market orientation and performance. *Journal of Business Research*, Vol. 58, pp. 9-17.
- CADENA-BADILLA, J. (2013). Estrategias Propuestas para Reducir el Nivel de Burnout en los Mandos Medios de las MIPYMES del Sector de Alimentos y Bebidas con un Proceso de Transformación, en el Estado de Sonora. Tesis Doctoral. Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP). Puebla, México.
- CADENA-BADILLA, J., ROMERO, L. Y VEGA, R. (2013). Validez Factorial del MBI Aplicado a un Estudio de Medición del Nivel de Burnout en los Mandos de las MIPYMES de Alimentos y Bebidas en el Estado de Sonora, México. VI Simposio Internacional de Ingeniería Industrial: Actualidad y Nuevas Tendencias 2013 Universidad de Carabobo, Pontificia Universidad Javeriana, Universidad de los Andes y Red Internacional de Investigadores en Ingeniería Industrial. Bogotá, Colombia. Memorias ISSN: 1856-8351.
- CALATONE, R. J., CAVUSGIL, S.T. Y ZHAO, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, Vol.31, pp.515-524.
- DAMM M. L., SZMULEWICZ E. P. (2007). Modelo genérico de gerente de Spencer y spencer, una aplicación a la hotelería. *Gestión Tuística*, No. 7. ISSN 07171- 1811.
- ENRÍQUEZ A. J. A. (2010). El escenario turístico en Puerto Peñasco. Efectos sociales y urbanos. *Diálogos Latinoamericanos*.
- FELTON, A.P. (1959). Making the Marketing Concept Work. *Harvard Business Review*, 37 (4), pp. 55-62
- GONZÁLEZ, B. D. L., RODENES, A. M., (2008). La Influencia del capital relacional, innovación tecnológica y orientación al mercado sobre los resultados empresariales en empresas de alta tecnología. Un modelo conceptual. *Pensamiento y Gestión*, Universidad del Norte Colombia. Núm. 25, pp. 113-138.
- HAIR, J., ANDERSON, R., TATHAM, R., & BLACK, W. (2010). *Análisis Multivariante (5ta. ed.)*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- HENSON, R., Y ROBERTS, J. (2006). Use of Exploratory Factor Analysis in Published Research: Common Errors and Some Comment on Improved Practice. *Educational and Psychological Measurement, Journal of Educational Psychology, Personality and Individual Differences, and Psychological Assessment.*, 393-416.
- HERNÁNDEZ, L. R. ROMERO, D. L.F., CADENA, B. J.M. Y VEGA, R. R. A. (2013). Avances del proyecto de investigación: Diagnostico sobre orientación al mercado en hoteles PYMES de Hermosillo,

Sonora.

- KAISER, H. (1970). A Second-Generation Little Jiffy. *Psychometrika*. 35. 401-415.
- KASPER, H. (1998): Corporate Culture and Market Orientation: First and Preliminary Results from 18 Case Studies. 27th EMAC Annual Conference, Estocolmo. Proceedings, Vol. 2, pp.579-599.
- KOHLI, A. K. Y JAWORSKI, B.J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*. Vol. 54.
- KOHLI, A.K., JAWORSKI, B.J. Y KUMAR, A. (1993). Markor - A Measure of Market Orientation. *Journal of Marketing Research*, 30 (4), 467-477.
- LADO, N., MAYDEU-OLIVARES, A., & RIVERA, R. (1998). Modeling Market Orientation: A Structural Equation Approach. *European Journal of Marketing*, 23-29.
- LADO, N., MAYDEU-OLIVARES, A., & MARTINEZ, M. (1998). El Nivel de la Orientación al Mercado en las Empresas Aseguradoras en España y en el resto de Europa. *Revista Española de Investigaciones en Marketing- Esic*, 99-117.
- LAMBIN, J. J. (1995). *Marketing estratégico* (3a. ed.). España: McGraw-Hill,.
- MARTÍNEZ, M., (2004). Orientación a Mercado, modelo desde la perspectiva del aprendizaje organizacional. UAA, México.
- MORALES, P. (2011). El Análisis Factorial en la construcción e interpretación de test, escalas y cuestionarios. Universidad Pontificia Comillas, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. Madrid. Consultado en:
<http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/AnalisisFactorial.pdf>
- NARVER, J. C. Y SLATER, S. F. (1990). The effect of a Market Orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54, 4 pp: 20-35.
- PELHAM, A. M. Y WILSON, D. T. (1996). A longitudinal study of the impact of market structure, firma structure, strategy, and market orientation. Culture on dimensions of small-firm performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24, 1 pp. 27-43.
- RODRÍGUEZ, T., F., Y BROWN, G., F. (2012). El proceso de innovación en el sector de alojamiento turístico mexicano. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 21, pp. 372-387. Universidad Nacional Autónoma de México. México D.F.
- RUECKERT, R.W. (1992). Developing a Market Orientation: An organizational strategy perspective. *International Journal of Research in Marketing* (9) 1992, pp. 225- 245.
- SECRETARÍA DE TURISMO. (2008) Resultados de la actividad turística enero-diciembre 2008. México.
- SHAPIRO, B.P. (1988). What the hell is market oriented?. *Harvard Business Review*. Vol. 66, No. 3, pp. 119-125. Publicado en 1989 bajo el título: "Ahora toda la empresa interviene en la estrategia de marketing". *Harvard Deusto Business Review*. No. 39, tercer trimestre, pp. 3-10.
- TABACHNICK, B. G., Y FIDELL, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th Ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- VARGAS, H. J. G., MARTÍNEZ, S. M. C., MOJICA, C. E. P., (2010). Influencia de la orientación al mercado y la innovación en la internacionalización y el desempeño de las PYMES en el estado de Aguascalientes. *Revista de Micro y Pequeña Empresa*. Campo Limpo Paulista. Vol. 5, No. 1, pp.120-133.
- VEGA, R., A. (2012). Estrategias tecnológicas que fortalezcan la orientación al mercado de las MiPYMES, del estado de Sonora. Tesis doctoral. UPAEP. Puebla, Puebla, México.
- VENEGAS, F., CRUZ, S. Y SEGOVIA, J. (2008). Modelo dinámico para estimar la estructura óptima de capital para una PYME minera. *Economía y Sociedad*, XIV, 22, (julio - agosto).



El sistema de calidad como ventaja sostenible en las micro y pequeñas empresas

RUTH JOSEFINA ALCÁNTARA HERNÁNDEZ

JUAN GABRIEL FIGUEROA VELÁZQUEZ

JOEL RAMÍREZ ORTEGA

Resumen

El presente trabajo explica la importancia de la calidad en las empresas, principalmente en las micro y pequeñas, para que puedan mantenerse en un mercado que exige el cumplimiento de retos mundiales, a través de la creación de una ventaja competitiva sostenible que le permita competir en una economía globalizada.

Actualmente, la calidad total involucra la cultura de la empresa, así como la gestión hacia la calidad. La adopción de estándares garantiza que los procesos con los que se trabajen tengan un enfoque hacia la mejora continua. Especialmente, para favorecer la gestión de la calidad, en el contexto internacional se han desarrollado, junto con los modelos normalizados, los denominados Modelos de Excelencia, que incorporan desde su formulación inicial los principios de la GCT, lo que les permitirá enfocarse hacia los clientes, ya que éste les garantizará la calidad y la gestión de la misma que permita el éxito presente y futuro.

La propuesta que se presenta se basa en el estudio y adopción de los sistemas con base en la norma ISO 9000. Se utilizara el método inductivo con la finalidad de realizar una conclusión en el impacto de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

Metodología

Para el presente trabajo se utilizó el método inductivo, se realizó un análisis teórico con la finalidad de obtener una conclusión, específicamente, sobre el impacto de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas. Se llevó a cabo de manera descriptiva para representar características fundamentales de teorías homogéneas, obtener las acotaciones que caracterizan a la realidad estudiada y revisar fuentes secundarias. La investigación está basada en diseños longitudinales de tendencia debido a que se analizan cambios de tendencias a través del tiempo con la finalidad de hacer inferencias con base en las teorías planteadas de calidad, gestión de calidad y su impacto en las micro y pequeñas empresas.

Se realizó la revisión documental para profundizar en los conceptos relacionados con el tema, con una orientación a decisiones debido a que el objetivo es buscar propuestas de soluciones a un caso en particular.

En primera instancia, se investigó el concepto de calidad que nos permite identificar el contexto general, lo cual permitió establecer los sistemas de calidad que imperan en el mundo de gestión de la calidad como orientación hacia el cliente. En particular, se busca determinar el impacto que tiene ésta sobre las micro y pequeñas empresas, para lo cual se realizó una búsqueda de información de la concepción de éstas.

Por último, se relaciona la calidad como una ventaja competitiva (sostenible) en el quehacer diario de las micro y pequeñas empresas. Esto nos permitió evidenciar un claro impacto entre gestión de la calidad y la ventaja que ofrece en la sostenibilidad de una micro y pequeña

empresa.

El alcance de la investigación es de tipo cualitativa y limitada, debido a que fue sólo una revisión bibliográfica de la teoría de los autores que abordan dicho tema.

Desarrollo

Sistemas de calidad

La forma en la que una empresa o institución dirige y controla todas las actividades que están asociadas a la calidad es lo que llamamos un sistema de gestión de la calidad.

Las partes que componen el sistema de gestión son:

- Estructura organizativa: departamento de calidad o responsable de la dirección de la empresa.
- Cómo se planifica la calidad.
- Los procesos de la organización.
- Recursos que la organización aplica a la calidad.
- Documentación que se utiliza.

El que una empresa tenga implantado un sistema de gestión de la calidad, sólo quiere decir que esa empresa gestiona la calidad de sus productos y servicios de una forma ordenada, planificada y controlada. Normas de sistemas de gestión las hay de calidad (ISO 9001), de medio ambiente (ISO 14001), del sector de automoción (ISO/TS 16949) y de seguridad (OSHAS).

Las ventajas de implantar un sistema de gestión de calidad son las siguientes:

Tabla 1	
Aumento de beneficios	Aumento del número de clientes
Motivación del personal	Fidelidad de los clientes
Organización del trabajo	Mejora de las relaciones con los clientes
Reducción de costes debidos a la mala calidad	Aumento de la cuota de mercado

Gestión de la calidad

Elementos claves del GCT (Gestión de la Calidad Total): la orientación al cliente, la implicación de la alta dirección, el adiestramiento y compromiso del personal, la mejora continua, etc.

Para favorecer la gestión de la calidad, se han desarrollado, en el contexto internacional, junto con los modelos normalizados, los ya mencionados Modelos de Excelencia. Dichos modelos tratan de actuar como guías para el desarrollo de la GCT desde un enfoque esencialmente prescriptivo, y se utilizan además como plataforma para otorgar premios que reconocen a las organizaciones con mayor grado de excelencia en este empeño. Entre los modelos más reconocidos se encuentran, además del Modelo EFQM de Excelencia aplicable al contexto europeo, el Modelo Malcolm Baldrige en Estados Unidos, el Modelo Deming en Japón o el Australian Business Excellence en Australia. (Santos, 2007).

La evolución de la gestión de la calidad ha sido ampliamente analizada desde el punto de vista académico. De esta forma, se ha llegado a una clasificación, ya clásica, de cuatro etapas progresivas, tanto desde el punto de vista histórico, como de concepción de dicha gestión (Moreno-Luzón et al. 2001; Casadesus et al. 2005; Camison et al. 2007, Dale et al. 2007). Dichas etapas, por lo general, han sido denominadas de la forma siguiente: inspección de la calidad, control de calidad, aseguramiento de la calidad y gestión de la calidad total (GCT).

Las herramientas concretas relacionadas con la gestión de la calidad han sido muy estudiadas (Juran y Gryna, 1988; Besterfield, 2009; Dale et al. 2007). Estas herramientas se han agrupado en función de distintos criterios. Así, la agrupación conocida como las siete herramientas de control de calidad propuesta por Ishikawa (1985), fue la primera y la más popular, aunque no la única, pues han sido muchas otras las agrupaciones propuestas, tanto en la literatura profesional, como académica. De hecho, Greene (1993) llega a describir hasta 98 herramientas que agrupa en función de los objetivos que las empresas se marcan (citado en Heras, I. et al. 2009).

El Sistema de Gestión de la Calidad (SGC), en palabras de González y González (2008: 1) se explica como “el conjunto de elementos interrelacionados de una empresa u organización por los cuales se administra de forma planificada la calidad de la misma, en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes”, y toma como elementos fundamentales: la estructura de la organización, sus procesos, sus documentos, los recursos materiales, recursos humanos (siendo de vital importancia la relación entre personal y directivos) como capital y la ubicación de la organización. Por otra parte, se entiende como empresa a los recursos humanos, materiales y técnicos que se encuentran de manera integrada para formar una unidad económica-social.

Definición y clasificación de las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas tienen gran relevancia en todo el mundo, ya que desempeñan un papel vital en el desarrollo industrial de cualquier país. Como se menciona en el reporte de EXIM Bank (2005), la importancia del sector de estas empresas es bien reconocida en todo el mundo por su importante contribución en el logro de diversos objetivos económicos y sociales, tales como un mayor crecimiento del empleo, la producción, la promoción de las exportaciones y fomento del espíritu emprendedor.

Por otra parte, Antony, Kumar, y Mandu (2005) reconocen claramente que las micro y pequeñas empresas son el alma de las economías modernas. La importancia de ellas en la economía del Reino Unido y el mundo industrializado en su conjunto no puede dejar de enfatizarse.

Japón es el ejemplo más destacado del logro de una rápida industrialización a través de este tipo de empresas. Asimismo, Taiwán ha producido el 90% de su producción industrial en las industrias de pequeña escala que emplean no más de quince trabajadores cada una. En la India, este sector contribuye 45% de la producción industrial, el 80% de empleo del sector industrial y el 35% de las exportaciones totales (Verma, 2005).

En lo referente a la importancia de este sector, se debe considerar primordialmente que la empresa, ya sea pública o privada, es primordial como unidad económica, ya que es proveedora de los productos y servicios que la sociedad demanda, es fuente de empleo y generadora de utilidad o ganancia. Por otra parte, es necesario reconocer que el funcionamiento de estas empresas es determinante para la economía del país, pues “este sector de empresas se encuentra vinculado por lo general a los grandes negocios, cumpliendo papeles específicos en el sector de concurrencia oligopólica industrial, comercial y/o de servicios”, es decir, son estos negocios quienes cumplen el papel de proveedores, no sólo de los consumidores finales, sino también de muchas de las grandes empresas quienes emplean sus servicios o productos en gran parte de sus procesos productivos, de comercialización o en la prestación de servicios.

Uno de los problemas en relación a la clasificación y definición de las empresa es que no existe un criterio único para clasificarlas, ya que, como establecen Saavedra y Hernández (2008), existe una diversidad de criterios para definir y de este modo clasificar a las empresas como micro, pequeñas, medianas y grandes, estos criterios son diferentes, dependiendo del país o entidad que las define y clasifica.

Al no existir un criterio único que permita clasificar a las empresas como micro, pequeñas, medianas o grandes, de manera adecuada y estandarizada, suele manejarse un extenso espectro de variables tales como:

Impacto de la calidad en las micro y pequeñas empresas	
El número de trabajadores que emplean	Tipo de producto
Tamaño de mercado	Inversión en bienes de producción por persona ocupada
El volumen de producción o de ventas	Valor de producción o de ventas
Trabajo personal de socios o directores	Separación de funciones básicas de producción, personal, financieras y ventas dentro de la empresa
Ubicación o localización	Nivel de tecnología de producción
Orientación de mercados	El valor del capital invertido
El consumo de energía	

El que este tipo de empresas cuente con un sistema de gestión de la calidad, les permitirá el

enfocarse hacia los clientes, ya que este les permitirá garantizar la calidad, y la gestión de la misma posibilitará el éxito presente y futuro. La propuesta es basarse en el estudio y adopción de los sistemas fundamentados en la norma ISO 9000, dado que estos garantizan la adopción de procesos integrales de calidad con el objetivo de que la organización opere con las mejores prácticas de calidad total y con un enfoque hacia la mejora continua que les permita un crecimiento sostenido, satisfaciendo los requerimientos de las partes interesadas.

Por lo cual resulta importante resaltar que la implementación de un sistema de gestión de la calidad con base a ISO 9000 ayudará a establecer un enfoque para desarrollar e implementar un sistema de gestión de la calidad (IMNC, 2008) en donde se plantearán una serie de diferentes etapas:

- i. Determinar las necesidades y expectativas de los clientes y de otras partes interesadas.
- ii. Establecer la política y objetivos de la calidad de la organización.
- iii. Determinar los procesos y las responsabilidades necesarias para el logro de los objetivos de la calidad.
- iv. Determinar y proporcionar los recursos necesarios para el logro de los objetivos de la calidad.
- v. Establecer los métodos para medir la eficacia y eficiencia de cada proceso.
- vi. Aplicar estas medidas para determinar la eficacia y eficiencia de cada proceso.
- vii. Determinar los medios para prevenir no conformidades y eliminar sus causas.
- viii. Establecer y aplicar un proceso para la mejora continua del sistema de gestión de la calidad.

Ventaja sostenible (competitiva)

Los cambios en los mercados mundiales han generado durante los últimos años la necesidad de que las organizaciones se orienten hacia un modelo de eficiencia económica, ya que en la actualidad, al hablar del mercado tenemos que comprender la existencia de mercados globalizados y que la competencia de las organizaciones está en cualquier lugar del mundo. Lo anterior requiere que las organizaciones se enfoquen hacia el desarrollo de un modelo productivo en donde el enfoque principal es que las empresas sean competitivas, tanto en el mercado interno como en el mercado exterior, obligándolas a implementar nuevos modelos productivos en sus métodos de producción, distribución y organización.

Por lo tanto, para que las organizaciones sean realmente competitivas, es necesario que se enfoquen hacia la formulación y desarrollo de una estrategia competitiva propia, la cual implica un análisis interno de los puntos fuertes y débiles que determinen su posición en relación a sus competidores y un análisis externo del entorno (Porter, 1980).

Se eligió como elemento de análisis esta última por ser una de las más aceptadas debido a su visión organizativa y por sopesar la relación entre recursos externos e internos (O'Regan & Ghobadian, 2005). Dicha teoría considera que las empresas de éxito desarrollan un enfoque sistemático de adaptación a su entorno que posibilita la identificación de cuatro orientaciones estratégicas: defensivas, exploradoras, analizadoras y reactivas. Cualquier orientación (defensiva, exploradora o analizadora) puede conducir a un buen resultado empresarial (Miles & Snow, 1978).

La reactiva, dada su falta de consistencia, tendrá menores resultados que las otras tres. La orientación estratégica defensiva corresponde a empresas que se centran en un ámbito limitado del producto-mercado, tratan de proteger su cuota de mercado, enfatizan la reducción de costos y optimizan la eficiencia. El patrón estratégico de los exploradores es el opuesto, ya que buscan oportunidades de mercado mediante procesos de innovación, actúan rápidamente ante las tendencias emergentes, suelen propiciar cambios en el sector y disponen de tecnologías flexibles.

Resultados

Las micro y pequeñas empresas necesitan que la materia prima o los insumos sean de calidad, que lleguen a tiempo, en forma ágil y eficiente, lo cual representa un importante factor para concluir exitosamente con la distribución de los productos a los consumidores nacionales y extranjeros. Haciendo las erogaciones mínimas necesarias, puedan implantar verdaderos sistemas de aseguramiento de calidad que les ayuden a fabricar u ofrecer productos o servicios que por su precio y calidad puedan competir a nivel global.

Calidad y productividad son términos que van de la mano, ya que para alcanzar niveles adecuados en estos dos indicadores se ha tenido que recurrir a la implantación de programas de

calidad empresarial, además de mejoramiento continuo, esto con la firme intención de cambiar la forma de hacer las cosas para satisfacer las demandas de los clientes y aumentar la rentabilidad de la empresa.

Existe una gran necesidad de implantar un sistema de aseguramiento de calidad por convicción. Esto debido a que, en un sistema orientado a la calidad, los costos de producción se reducen, por tanto se está en posibilidad de manejar sus precios de una forma más competitiva y sostenible.

Calidad, apertura comercial y revolución de las comunicaciones han permitido que se eleven los lineamientos de calidad con esquemas de normas internacionales cada vez más estrictas, así como sistemas de certificación de calidad que permitan otorgar una garantía de calidad a los consumidores de productos mexicanos, por lo que se ha vuelto indispensable crear una cultura de calidad en las micro y pequeñas empresas, la capacitación y la implementación de controles a fin de lograr la calidad total.

Conclusiones

Al hablar de calidad es importante recordar que estamos involucrando el concepto de cultura y gestión.

Los sistemas de calidad son importantes en las empresas porque

- Permiten tener una ventaja en la competencia con otras empresas.
- Ayudan a estandarizar los procesos de la empresa.

Es importante que se tenga un patrón estratégico en donde se plasmen procesos de innovación que permitan actuar rápidamente, así como contar con la tecnología y aprovecharla al máximo.

Para una micro y pequeña empresa es de vital importancia contar con sistemas de calidad, ya que les permite ser competitivas tanto en el mercado nacional como en el internacional. Se puede tomar como base la norma ISO 9000 para la implantación de calidad.

Referencia bibliográfica

- ANTONY, J., KUMAR, M. & MANDU, C. (2005). Six sigma in small and medium sized UK manufacturing enterprises: some empirical observations. *International journal of quality and reliability management*, 22 (8), 860-874.
- HERAS, I., MARIMON, F., Y CASADESUS, M. (2009) Impacto competitivo de las herramientas para la gestión de la calidad. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa (CEDE)*. [41] 7-35: 29
- HERNÁNDEZ, S.R., FERNÁNDEZ, C.C., BAPTISTA, L.P. (2008). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- IMNC (2008). *Norma mexicana NMX-CC-9000-IMNC-2005. Sistema de gestión de la calidad- Fundamentos y vocabulario*. México.
- MORENO-LUZÓN, M.D., PERIS, J. F. Y GONZÁLEZ, T. (2001) "Gestión de la Calidad y Diseño de Organización. Teoría y estudios de caso". Prentice-Hall. Madrid, España.
- O´REGAN, N. & GHOBADIAN, A. (2005). "Innovation in SMEs: the impact of strategic orientation and environmental perceptions". *International Journal of Productivity and Performance Management* , vol 54 81-97.
- SAAVEDRA G., M. & HERNÁNDEZ C., Y. (2008). "Caracterización e importancia de las MIPyMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo". *Actualidad Contable Faces*, 11, 122-134.
- SANTOS, L. Y ÁLVAREZ, L. (2007) *Gestión de la Calidad Total de Acuerdos con el modelo EFQM: Evidencias sobre sus efectivos en el rendimiento empresarial*. *Universia Business Review- Actualidad Económica*.
- SUN, H. (2000). *Linking ISO 9000 and TQM: a literature review*. *Proceedings of the Fifth International Conference on ISO 9000 & TQM*. Edited by Samuel K.M. Ho, Chong Chee Leong.
- VERMA, R., (2005). *Performance of small-scale industries (pre and post reform period)*. *Udyog pragati*, 29 (2), 35-41.
- EXIM, BANK, (2005). *Annual Report*. Disponible en <http://www.eximbankindia.in/annual-report>.
- MILES, R. Y SNOW, C. (1978). *Organizational strategy, structure, and process*. New York: McGraw-

Hill Book Co.

PORTER, M. (2009). Ser competitivo. España: Harvard Business.

ISHIKAWA, K. (1985). ¿Qué es el Control Total de la calidad? Colombia: Editorial Norma.

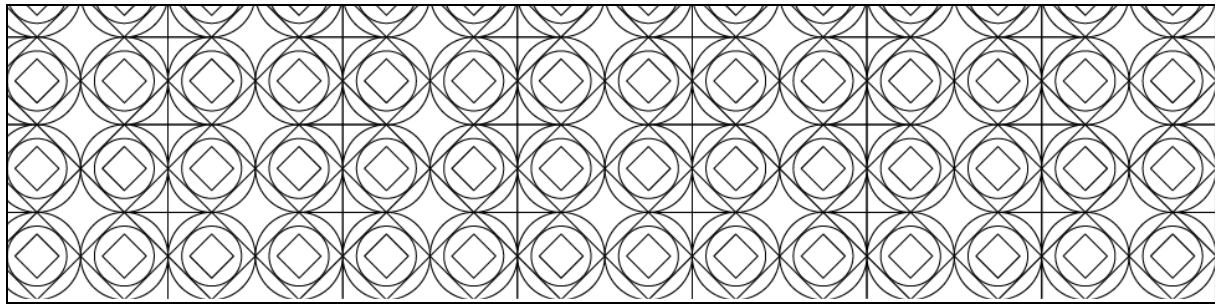
CAMISÓN, C., CRUZ, S. & GONZÁLEZ, T. (2007). Gestión de la calidad: conceptos, enfoques y sistemas. Madrid: Pearson-Prentice Hall.

DALE, G. (2007). Managing quality. 5ta. edición. Prentice, Hall.

GONZÁLEZ, A. Y GONZÁLEZ, R A. (2008). Diseño de un sistema de gestión de la calidad con un enfoque de ingeniería de la calidad. Revista Científica de Ingeniería Industrial, CUJAE. 29(3), 1-6.

JURAN, M. Y GRZYMA, F. (1998). Manual de control de calidad. España.

BESTERFIEL, D. (2009). Control de calidad. 8va. Edic. Prentice Hall.



Avances del financiamiento verde para PyMEs

FELIPE DE JESÚS SALVADOR LEAL MEDINA
ROBERTO GONZÁLEZ ACOLT
LAURA ROMO ROJAS

Resumen

Ante las inminentes y funestas consecuencias que ha traído el cambio climático, diferentes actores e instituciones del sector público y privado han realizado acciones en distintos planos como es el social, ambiental y económico. En la Decimosexta Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático, celebrada del 29 de noviembre al 11 de diciembre de 2010 en Cancún, Quintana Roo, México, se definieron una serie de acuerdos dentro de los cuales se encuentra la financiación para “Movilizar y proporcionar mayores fondos a corto y largo plazo para que los países en desarrollo puedan tomar más medidas y que estas sean más eficaces” (UNFCCC, 2014). De tal modo, a las grandes empresas se les facilita tener acceso a cualquier tipo de financiamiento, no así a pequeñas y medianas empresas, por lo que la finalidad de la investigación fue identificar los financiamientos para cambio climático y/o créditos verdes que otorgan organismos públicos como privados para las pequeñas y medianas empresas con el fin de que logren la sustentabilidad, y coadyuven con el medio ambiente y el cambio climático. Se hizo una búsqueda documental para identificar financiamientos verdes a los cuales pueden acceder las pequeñas y medianas empresas, así como las instituciones públicas y privadas que los otorgan. Se identificaron catorce financiamientos que son otorgados por diferentes instituciones para el apoyo al crecimiento de las Pequeñas y Medianas empresas, sin embargo, solamente tres de ellos han sido específicamente elaborados para tocar el tema de la sustentabilidad y el medio ambiente. Se concluyó que los financiamientos verdes aún siguen siendo un freno para lograr apoyar e impulsar a las pequeñas y medianas empresas de forma que puedan contribuir al freno de la degradación, deforestación y las consecuencias negativas que representa el cambio climático para la humanidad.

Antecedentes

Tras las múltiples acciones que se han llevado a cabo ante las inminentes y desastrosas consecuencias que ha traído el cambio climático (la devastación de los recursos no renovables, la deforestación, y la producción excesiva de productos no degradables, entre otros), diferentes actores e instituciones del sector público y privado han realizado acciones en planos como el social, el ambiental y el económico.

Una de las principales acciones que se han llevado a cabo por parte del sector gubernamental a nivel nacional y trasnacional, es la Decimosexta Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático, celebrada del 29 de noviembre al 11 de diciembre de 2010, en Cancún, Quintana Roo, México (resultado de una serie de cumbres mundiales sobre cambio climático con iniciativa de la ONU). En ella se definieron una serie de acuerdos dentro de los cuales se encuentra la financiación para “Movilizar y proporcionar mayores fondos a corto y largo plazo para que los países en desarrollo puedan tomar más medidas y que estas sean más eficaces” (UNFCCC, 2014), dando como resultado un Fondo Verde en el cual todas las naciones participantes se comprometieron en proporcionar 30,000 millones de dólares para un financiamiento rápido hasta el 2012, y se definió un plan para recabar de forma conjunta 100,000 millones de dólares anuales hasta el 2020 (Centro de Noticias ONU, 2010). Se trata de un primer paso hacia el diseño de un mecanismo internacional que financie la transición de una economía verde, baja en carbono.

México es uno de los países que han decidido implementar y participar en las acciones para contrarrestar y parar las consecuencias negativas que ha tenido el cambio climático, el cual afecta a todas las personas del mundo (Desarrollo Sustentable en México, 2012). A la par de la celebración de la cumbre en Cancún, México, el 8 de Diciembre del 2011, el Banco Mundial (BM) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) otorgaron un financiamiento por 1,100 millones de dólares para apoyar las acciones en materia de cambio climático (Notimex, 2010).

Las acciones implementadas a nivel mundial y nacional han impulsado a las grandes, medianas, pequeñas y micro empresas, a realizar propuestas y llevar a cabo una participación activa para contribuir en la lucha en contra del cambio climático y el consumo del planeta, por lo cual han necesitado el apoyo del sector financiero a través del financiamiento climático y el crédito verde.

Financiamiento y tipos de financiamiento

Ortega (2002: 8) dice que financiamiento es la “captación de fondos a través de préstamos o aportaciones de capital”. En la página de internet ABC, se encontró la siguiente definición: “Financiamiento se le llama al conjunto de recursos monetarios y de créditos que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven una determinada actividad o proyecto”. Entonces, financiamiento es recurrir a recursos monetarios a través de préstamos o aportar capital, bien sea por una empresa o un individuo, para determinada o determinadas actividades.

El financiamiento es un factor de suma importancia para el crecimiento de un negocio, especialmente de una pequeña y mediana empresa (pyme). Existen dos tipos de financiamiento: de mercado de dinero o de mercado de capitales. El primero es el mercado de dinero a corto plazo y de deuda; el segundo se refiere al largo plazo y puede ser de deuda o de nuevos socios.

Algunos de los tipos de financiamiento son de: préstamo personal, préstamo quirográfico, descuento, préstamo prendario, crédito en cuenta corriente, crédito de habilitación o avío, crédito reaccionario y préstamos hipotecarios. En ellos, los solicitantes deben de “demostrar solvencia moral y económica y demostrar la compatibilidad del crédito y la posibilidad de cubrirlo”. (2002: 89-92). El crédito (de credere, confiar) se utiliza en los negocios como sinónimo de préstamo o de endeudamiento. De acuerdo con el Diccionario de Economía, generalmente se trata de dinero al que accede la empresa o individuo para aplicarlo, como se dijo en líneas anteriores, para alguna actividad o proyecto.

El sistema financiero mexicano está compuesto por (Ortega, 2002):

- Autoridades financieras: Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Banco de México, Comisión Nacional Bancaria y de Valores, Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, Consar, Afores, Siefores; Bancas de fomento y desarrollo: Nacional Financiera, Banobras, Banrural, Bancomext, Banjercito; organismos bancarios y de seguros, organizaciones auxiliares de crédito; Fideicomiso para el desarrollo: Fideicomisos Instituidos en Relación a la Agricultura (FIRA), Fonatur.

Mientras que en el ámbito internacional, específicamente para Latinoamérica, las principales financieras son (Arboleda, 2014): Banco Mundial, Banco Internacional de Reconocimiento y Fomento (BIRF), Asociación Internacional de Fomento (AIF), Corporación Financiera Internacional (CFI), Banco Internacional de Desarrollo (BID), Agencia Internacional para el Desarrollo (AID), Corporación Andina de Fomento (CAF), financiación bilateral.

Las financieras nacionales y de Latinoamérica rescatadas con anterioridad, sentarán las bases para la búsqueda de información respecto al financiamiento de las PyMEs con un fin sustentable apoye las acciones respecto al cambio climático.

Antecedentes sobre el financiamiento climático, el crédito verde y las PyMEs en México

El financiamiento climático es entendido como: “el conjunto de los recursos financieros que se deben movilizar para facilitar la ejecución de acciones de mitigación por los países en desarrollo, así como para que éstos puedan fortalecer su capacidad para adaptarse a los impactos del cambio climático, si bien no hay aún una clara definición del concepto acordada a nivel internacional, ni una interpretación unívoca de sus alcances” (Finanzas Carbono, 2014). En cuanto al crédito verde para la PyMEs en México, se logró rescatar investigación Crédito y microcrédito a la MiPyME mexicana con fines ambientales: situación y perspectivas, realizada para la CEPAL de las Naciones Unidas por David Romo Murillo, en el 2005, en Santiago de Chile. Esta investigación, en primera instancia, define crédito verde como “aquel que tiene por objetivo mejorar la gestión ambiental de la empresa o bien contribuir al desarrollo del mercado de bienes y servicios ambientales” (Romo, 2005: 45).

Enseguida realiza una descripción del panorama en el cual se encuentran las PyMEs en México, sus principales problemáticas para acceder a créditos, las instituciones que otorgan créditos, las áreas en las cuales pueden incursionar y una serie de conclusiones. De esta investigación se rescata un listado de las instituciones mexicanas (tabla 1) que otorgan financiamiento a las PyMEs, sin embargo, a pesar de que no todas han sido creadas para ser proyectos con el fin del crecimiento verde en México, dan cabida a iniciativas con fines sustentables para contribuir a las acciones contra el cambio climático en México.

Tabla 1. Programas de Crédito y MiPyMEs revisados			
Institución	Programa	Tipo de apoyo	Sujeto de apoyo
Secretaría de Economía	Fondo PYME	Capacitación, consultoría, acceso a financiamiento, acceso a mercados, etc.	Micro, pequeñas y medianas empresa
Secretaría de Economía	Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM)	Microcréditos	Microemprendedores (individuos o grupos solidarios)
Secretaría de Economía	Fondo Nacional de Apoyo para Empresas en Solidaridad (FONAES)	Financiamiento	Grupos sociales (productores indígenas, campesinos, etc.)
Nacional Financiera	Créditos a tasa fija	Financiamiento de proyectos ambientales	Empresas de todo tamaño
Nacional Financiera	Créditos a tasa fija	Financiamiento a tasa fija	Micro, pequeñas y medianas empresa
Nacional Financiera	Programa de Garantías	Complementa las garantías que requiere la banca comercial	Micro, pequeñas y medianas empresa
FUNTEC, CONCAMIN Y CCAAN	Fondo de Proyectos de Prevención de la Contaminación (FIPREV)	Financiamiento para proyectos de prevención de la contaminación	Micro, pequeñas y medianas empresa
Secretaría de Desarrollo Económico del Distrito Federal	Programa de Microcréditos para el Autoempleo	Microcréditos	Grupos solidarios en situación de pobreza y marginación
Secretaría de Desarrollo Económico del Distrito Federal	Programa de Financiamiento a la Micro y Pequeña Empresa	Crédito en condiciones preferenciales	Micro, pequeña y mediana empresa
Banca comercial	Programa de la Banca Comercial Dirigidos a PyMEs	Crédito en condiciones accesibles.	Pequeña y mediana empresa.

Fuente: Romo D. (2005) Tabla Programas de Crédito y MiPyME revisados. Medio Ambiente y Desarrollo. Crédito y microcrédito a la MiPyME mexicana con fines ambientales: situación y perspectivas, 26-27.

En el 2013, ALIDE publica en su revista titulada Proyectos Amigables con el Medio Ambiente, el texto “Financiamiento Verde en América Latina”, mismo en el que hace alusión a dos financieras que se han destacado por su apoyo al financiamiento climático en México: la Nacional Financiera (Nafin) y Fideicomisos Instituidos en relación con la Agricultura (FIRA). En relación con la Nacional Financiera, en este mismo número de la revista se presenta el caso de “Una experiencia mexicana. E-Desarrollo Empresarial Nafin para MiPyMEs”, el cual consiste en:

Incorporar un servicio de atención integral para emprendedores y empresarios de las MiPyMEs, que incluya capacitación empresarial y asistencia técnica en las áreas funcionales de la empresa, mejores prácticas que contribuyan a la formación de microempresas con innovación; así como información disponible de todos los programas y apoyos a MiPyMEs, en una plataforma informática on-line, con tutores especialistas habilitados para otorgar la asistencia e información dentro de niveles de servicio preestablecidos (Revista ALIDE, 2013: 5).

De estas investigaciones se lograron identificar algunas de las instituciones y conceptos fundamentales para poder realizar la presente investigación, permitiendo entender con mayor claridad la relación que tienen el financiamiento climático y el crédito verde para las empresas en relación a los temas de sustentabilidad, medio ambiente y cambio climático.

Planteamiento del problema

Descritas las acciones que se han realizado en el ámbito mundial y nacional, y las necesidades que tienen las grandes, medianas, pequeñas y micro empresas para poder desarrollar proyectos que no sólo ayuden a frenar el cambio climático, sino a transformar las necesidades y costumbres que han sido arraigadas en la cultura mexicana con el fin de dejar de consumir la naturaleza y dañarla mediante una producción excesiva de materiales no reciclables.

La presente investigación se enfocará en las pequeñas y medianas empresas, las cuales han sido apartadas de los grandes financiamientos, así como de las principales acciones que pueden verse a nivel internacional, nacional y de las grandes empresas, pues al no contar con un panorama favorable para ser sujetos deseables de crédito, o no tener el respaldo económico financiero suficiente para poder adquirir un financiamiento mayor, han sido olvidadas las propuestas de cambio a favor del cambio climático, por lo cual se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son y quiénes otorgan los financiamientos verdes a las pequeñas y medianas empresas en México?

Y se tiene por objetivo: identificar los financiamientos climáticos y/o créditos verdes que otorgan organismos públicos como privados para las PyMEs, con el fin de lograr que la empresa logre la sustentabilidad, y coadyuvar con el medio ambiente y cambio climático.

Metodología

La metodología que se utiliza para esta investigación es exploratoria y documental. Se observarán como unidad de análisis las disposiciones fiscales, programas de crédito y financiamientos para la implementación de una economía verde⁹ en las pequeñas y medianas empresas.

Análisis de la información

Tras haber realizado una ardua búsqueda en las diferentes financieras que otorgan créditos y financiamientos a las pequeñas y medianas empresas, se realizó un tabulado donde se presentan las diferentes instituciones, los financiamientos y/o créditos que otorgan en relación a la economía verde, el tipo de apoyo que otorgan y el público al que van dirigidos. Luego se realiza una breve explicación de cada uno de ellos.

Resultados

Tras realizar una búsqueda en diferentes instituciones de financiamiento y crédito público a nivel nacional, se encontraron las siguientes iniciativas de apoyo para las PyMEs (tabla 2):

Tabla 2. Financiamientos climático y créditos verdes para las PyMEs en México			
Institución	Financiamiento y/o crédito	Tipo de apoyo	Público al que van dirigidos
Fideicomisos Instituidos en relación con la agricultura (FIRA) y SAGARPA	FONAGA VERDE "Fondo para la Transición Energética y el Aprovechamiento Sustentable de la Energía"	Financiamiento	Personas físicas, pequeñas, medianas y grandes empresas.
Fideicomisos Instituidos en relación con la agricultura (FIRA) y SAGARPA	Programa de sustentabilidad de los recursos naturales	Financiamiento	Personas físicas, pequeñas, medianas y grandes empresas
Fideicomisos Instituidos en relación con la agricultura (FIRA)	Programa de Actividades (PoA) en los programas de Desechos Animales y Líquidos.	Financiamiento	Personas físicas, pequeñas, medianas y grandes empresas.
Secretaría de Economía	Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM)	Financiamiento	Microempresarios
Secretaría de Economía	Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa	Crédito	Micro, pequeñas y medianas empresas
Secretaría de Economía	Programa de Fomento a la Economía Social	Crédito	Pequeñas y medianas empresas
Secretaría de Economía y el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)	Fondo Emprendedor	Financiamiento	Micro, pequeñas y medianas empresas
Secretaría de Economía	Fondo de Microfinanciamiento a Mujeres Rurales (FOMMUR)	Microfinanciamiento	Micro y pequeñas empresas
Nacional Financiera (NAFIN)	Programa Crédito PYME	Crédito	Pequeñas y medianas empresas
Nacional Financiera (NAFIN)	Programa de Proyectos Sustentables	Financiamiento de corto, mediano y largo plazo	Pequeñas, medianas, grandes e internacionales empresas
CONSAR	Ofertas Públicas Iniciales (OPIS)	Financiamiento a largo plazo a través de la venta de acciones	Pequeñas y jóvenes empresas
BANRURAL	Crédito Amigo Productor	Crédito	Pequeñas y medianas empresas
BANRURAL	Créditos productivos	Crédito	Pequeñas y medianas empresas
BANCOMEXT	Crédito PYMEX	Financiamiento y crédito	Pequeñas y medianas empresas

Fuente: Elaboración propia.

De los resultados obtenidos podemos resaltar que se lograron rescatar un total de catorce proyectos, otorgados en su gran mayoría por el sector público (SAGARPA, FIRA, NAFIN, SE, INADEM, CONSAR), e instituciones de Banca de Desarrollo (BANRURAL y BANCOMEXT).

Seis de los programas corresponden a créditos y ocho a financiamientos, todos ellos a pequeñas y medianas empresas. Sólo tres de ellos son específicos para el tema del financiamiento climático, crédito verde, sustentabilidad y medio ambiente; los once restantes corresponden a créditos y financiamientos que, si bien no fueron creados para ser utilizados específicamente en el tema de la sustentabilidad, dentro de sus características y destino puede ser empleado en la compra de tecnología, cursos, y acciones que ayuden a la conservación y reforestación del medio ambiente.

Las instituciones que han impulsado créditos y financiamientos ecológicos corresponden a FIRA (Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura) en conjunto con SAGARPA:

- FONAGA Verde "Fondo para la Transición Energética y el Aprovechamiento Sustentable de la Energía".
- Programa de sustentabilidad de los recursos naturales.

El tercero corresponde a Nacional Financiera (NAFIN), con el programa de proyectos sustentables.

Conclusiones

Se logró responder a la pregunta de investigación, "¿cuáles son y quienes otorgan financiamientos verdes a las PyMEs en México?", mediante la búsqueda y elaboración de la tabla 2 y respondiendo de igual manera al objetivo de identificar financiamientos verdes para las PyMEs, tanto de organismos públicos como privados, con el fin de lograr que la empresa logre la sustentabilidad, y coadyuvar con el medio ambiente y cambio climático.

Se lograron identificar solamente tres programas de apoyo a las PyMEs que tocan específicamente el tema de la sustentabilidad, financiamiento climático y crédito verde: FONAGA Verde (Fondo para la Transición Energética y el Aprovechamiento Sustentable de la Energía) y Programa de Sustentabilidad de los Recursos Naturales, ambos de FIRA (Fideicomisos Instituidos en relación con la agricultura), y el Programa de Apoyo a Proyectos Sustentables, por parte de Nacional Financiera (NAFIN).

Es preciso pronunciar que, en la mayoría de los casos, los créditos y financiamientos no han sido creados con el fin específico de contribuir a la mejora de las condiciones del medio ambiente, al cambio climático o a la sustentabilidad, sin embargo, las condiciones de uso contienen actividades que contribuyen a la mejor del medio ambiente, por ejemplo: la utilización de tecnología, paneles solares, etcétera.

Por lo tanto, se puede decir que los financiamientos climáticos y los créditos verdes aún se consideran insuficientes para lograr apoyar e impulsar a las pequeñas y medianas empresas que puedan contribuir al freno de la degradación, deforestación y sin fin de consecuencias negativas que presenta el cambio climático para la humanidad. La futura línea de investigación es llegar a la aplicación de la evidencia empírica para analizar las empresas que han tenido acceso a este tipo de financiamientos y hacia dónde lo han aplicado, si es para coadyuvar al cambio climático o al ambiental. Este proyecto forma parte de otro en el cual se están identificando cuáles de las variables del IPC sustentable de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores son aplicables a las pequeñas y medianas empresas.

Referencia bibliográfica

- ABC.- DEFINICIÓN DE FINANZAS.- <http://www.definicionabc.com/economia/financiamiento.php> (junio 2015).
- ARBOLEDA G. (2014) Capítulo 12. Financiamiento del Proyecto Empresarial.4. Fuentes Financieras Internacionales. En G. Arboleda (ed.) *Proyectos. Identificación formulación, evaluación y gerencia*. 2da Edición. (84-86). México. Alfaomega.
- ATÚN J., RODRÍGUEZ O., GALLEGOS R., GUZMÁN S., MELGAR M., TREVIÑO X., PADILLA X. Y OLIVAS R. (2012) Oportunidades de Crecimiento Verde para México. Recuperado de <http://mexico.itdp.org/wp-content/uploads/Oportunidades-Crecimiento-Verde-México-ed-transporte1.pdf>
- BARNÉS F. (2012) Enseñanzas de Rio+20 para México. Hacia una economía verde en México. Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático. Recuperado de http://www.inecc.gob.mx/descargas/eventos/ensenanza_rio20_pres_fbr.pdf
- BOLSA MEXICANA DE VALORES (2014a) Boletín de Prensa. Emisoras seleccionadas por EIRIS y la Universidad Anáhuac del Sur en Gobierno Corporativo (ESG) según las mejores prácticas Internacionales. Recuperado de http://www.bmv.com.mx/wb3/wb/BMV/oculta_repo/vtp/BMV/20d3_boletines_de_prensa/rid/2556/mt0/3/IndiceSustentableBMV290811.pdf
- CENTRO DE NOTICIAS ONU (2010) Cumbre de Cancún aprueba un paquete de medidas para afrontar el cambio climático. Centro de Noticias ONU, 11 de Diciembre de 2010. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=19882#.VCMRUf5NSI>
- CESPEDES (2013) Oportunidades de financiamiento para el crecimiento verde en México. Resumen Ejecutivo. Recuperado de <http://www.cce.org.mx/CESPEDES/imagenes/Estudios%20y%20reportes/Taller/Resumen%20Ejecutivo%20.pdf>
- CORONEL D. (2012) Breve análisis sobre la economía verde. EcoSostenible. Recuperado de [file:///C:/Users/Grecia/Downloads/925909751.Clase_2_Breve-an%C3%A1lisis-de-la-econom%C3%ADa-verde%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Grecia/Downloads/925909751.Clase_2_Breve-an%C3%A1lisis-de-la-econom%C3%ADa-verde%20(1).pdf)

DESARROLLO SUSTENTABLE EN MÉXICO (2012) Financiamiento. Recuperado de <http://www.mexicodesarrollosustentable.com.mx/financiamiento.html>

DICCIONARIO DE ECONOMÍA . <http://www.economia48.com/spa/d/credito/credito.htm> (junio 2015)

FINANZAS CARBONO (2014) Financiamiento Climático. Finanzas Carbono. Plataforma sobre financiamiento climático para Latinoamérica y el caribe. Recuperado de <http://finanzascarbono.org/financiamiento-climatico/>

NOTIMEX (2010) Presta BM y BID mil 100 mdd a México para cambio climático. Excélsior en línea. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/node/695073>

ORTEGA A. (2002) Introducción a las finanzas. México Mc Graw Hil.

REVISTA ALIDE (2013) Una experiencia mexicana. E-Desarrollo Empresarial Nafin para MiPyMEs. Revista ALIDE, (), 5-9. Recuperado de http://www.alide.org/download/Financ_Sectorial/fn12_mic_rev4_mexicana.pdf

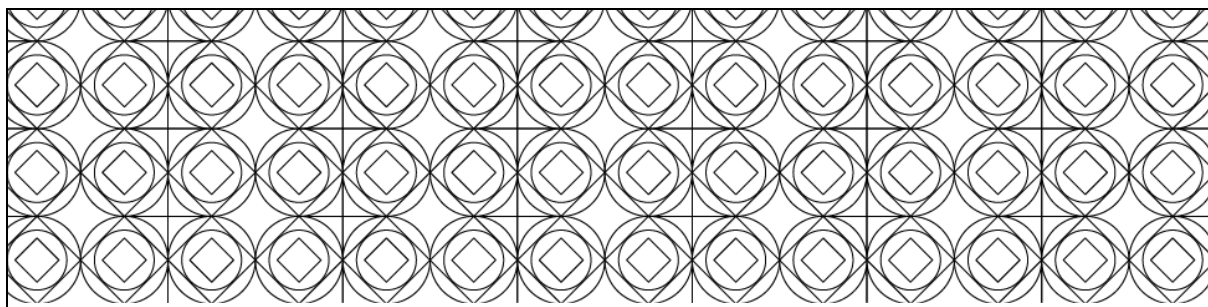
REVISTA ALIDE (2013) Financiamiento Verde en América Latina. Revista ALIDE, (), 13-15. Recuperado de http://www.alide.org.pe/download/Publicaciones/rev13_3.pdf

ROMO D. (2005) Medio Ambiente y Desarrollo. Crédito y microcrédito a la MiPyME mexicana con fines ambientales: situación y perspectivas. ONU. Santiago de Chile. Recuperado de <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/3/21503/cl2281e.pdf>

UNFCCC (2014) Los Acuerdos de Cancún. United Nations Framework Convention on Climate Change. Recuperado de http://unfccc.int/portal_espanol/informacion_basica/la_convencion/conferencias/cancun/items/6212.php

Notas

² La economía verde es una propuesta de políticas económicas que “mejora el bienestar del ser humano y la equidad social, a la vez que reduce significativamente los riesgos ambientales y las escaseces ecológicas” (Como se sita en Coronel, 2012).



Medición del emprendurismo en el municipio de Puebla

ALFREDO PÉREZ PAREDES

RICARDO PAREDES SOLORIO

AMADO TORRALBA FLORES

Resumen

El presente trabajo tiene como propósito principal conocer cuáles son las características que tienen los emprendedores y que actualmente son empresarios en el municipio de Puebla, sobre todo para identificar cuáles son las cualidades, habilidades y motivaciones que impulsan a los poblados a iniciar una nueva empresa y que puedan servir de referencia para la toma de decisiones de los empresarios o de los gobiernos.

La metodología utilizada fue identificar, a través del Directorio Nacional Estadístico de Unidades Económicas (DENUE), a los microempresarios que, no importando el giro, tengan hasta una cantidad de diez empleados en el municipio de Puebla. Posteriormente, teniendo el número de unidades económicas se determinó una muestra representativa para realizar un estudio semejante al que realiza el Monitor Global de Emprendedurismo (GEM), por ello se diseñó un instrumento que identifica algunas variables representativas del fenómeno emprendedor en la capital del estado de Puebla.

Entre los principales resultados se encuentran las características de los emprendedores, motivaciones para crear las empresas, recursos utilizados para la iniciación de las nuevas unidades económicas, personalidad jurídica y periodos de funcionamiento, en este importante municipio.

Se puede concluir que todavía falta mucho para impulsar una nueva cultura emprendedora en el municipio de Puebla y generar condiciones para propiciar el fortalecimiento de nuevas y empresas ya existentes.

Medición del emprendurismo en el municipio de Puebla

Actualmente resulta fundamental impulsar y fomentar la creación de nuevas empresas que generen beneficios a diferentes actores de la sociedad, sobre todo al reconocer la importancia que el fenómeno del emprendurismo ha ido adquiriendo en los últimos años, gracias a que se generan nuevas fuentes de empleo y a la contribución económica que se realiza dentro de las naciones.

Este acontecimiento ha obligado, tanto a las instituciones de educación superior como a algunos gobiernos, a preocuparse por estudiar este suceso y tratar de generar las condiciones necesarias para crear un nuevo espíritu emprendedor en diferentes ámbitos.

Lo anterior muestra que ya existen acciones específicas por parte de algunas instituciones y esto motiva a conocer algunos conceptos y elementos que intervienen en el tema del emprendurismo. Por ello, en el siguiente apartado se hace referencia a ellos.

El proceso emprendedor

Para entender cuáles son las características y motivaciones que tienen los emprendedores cuando deciden crear una nueva empresa, se debe entender el concepto del “proceso emprendedor”, que de acuerdo con la experiencia que hemos tenido, se define como “el conjunto de fases que permiten al emprendedor identificar una idea de inversión, elaborar un plan de negocios, gestionar los recursos para iniciar y administrar a la nueva unidad productiva”. Lo anterior se puede resumir en la figura 1.



Figura 1. El proceso emprendedor

Fuente: Elaboración propia.

- i. Identificación de la idea de inversión: se identifican necesidades o problemas que no han sido satisfechos y, a través de una propuesta, se presenta un nuevo producto o servicio que origine la creación de una nueva empresa. Las propuestas pueden generarse consultando distintas fuentes.
- j. Elaboración de un plan de negocios: identificada la idea de inversión, se elabora un documento que muestra los aspectos de mercado, técnico, organizacional y financiero, que permitan identificar su factibilidad para tomar la decisión de iniciar la nueva unidad productiva.
- k. Gestión de recursos: al decidir establecer una nueva empresa, se conseguirán cada uno de los requerimientos financieros ante instancias financieras privadas o públicas, pudiendo también conseguirlos a través de nuevos socios accionistas que aporten capital a la organización.
- l. Administración de la empresa: una vez iniciadas las operaciones de la nueva unidad productiva, se debe poner en funcionamiento la estructura organizacional propuesta a través de un estilo de liderazgo que permita corregir los problemas y alcanzar los objetivos establecidos.

Se observa que en este proceso el espíritu emprendedor es la base de todo, ya que sin emprendedores no existen ideas de inversión que permitan completar el resto de las fases, y entonces se dejan de crear nuevas empresas, lo que motiva a revisar este concepto para entenderlo e identificar los elementos que lo integran.

El espíritu emprendedor

Considera un conjunto de cualidades y habilidades por parte de los emprendedores, identificando la iniciativa personal, la autoconfianza, la creatividad, la toma de riesgos y no tener miedo al fracaso.

En este sentido, Hernández Dols (2006) menciona que el espíritu emprendedor “hace mención al desarrollo de actitudes de cooperación y de trabajo en equipo, al desarrollo de una capacidad de relación con el entorno y a la sensibilidad ante las necesidades de las otras personas, así como a la capacidad de asumir nuevos roles en una sociedad que se halla inmersa en un continuo cambio”. La anterior definición muestra todo lo necesario para iniciar una nueva empresa, lo que permite presentar cuáles son los rasgos existentes en el emprendedor.

Se debe aclarar que no todas las personas tienen las mismas características cuando deciden emprender para crear una nueva empresa, pero existen diferentes características que pueden

tener algunas personas y otras no, por lo que el espíritu emprendedor se puede considerar como sinónimo de innovación y creatividad. En ese sentido, Castro Fernández (2010) menciona cuáles son los rasgos del emprendedor-innovador:

- Inquietud: pasión por crear cosas nuevas, por intentar cambiar. Es alguien en constante ebullición.
- Carácter optimista: no decae ante el fracaso, alguna adversidad o simplemente ante la excesiva burocracia. Cree en lo que hace.
- Perseverancia: no tiene nada que ver con la perfección, pero sí con la resistencia.
- Talento: la conjugación de conocimientos, habilidades, capacidades, motivaciones y actitudes puestas en práctica por una persona o grupo de personas comprometidas que alcanzan resultados positivos en una organización y entorno determinado.
- Flexibilidad: es necesario el control, pero se debe eliminar la burocracia que entorpezca la creación de ideas dentro de una empresa.

Por lo antes presentado, se puede considerar que el espíritu emprendedor de las personas pueden contribuir a desarrollar mayor competitividad en un país, gracias a la apertura de nuevas empresas y sobre todo a la generación de nuevos productos o servicios innovadores, todo gracias a un dinamismo emprendedor que debe impulsarse y fomentarse en todos los niveles educativos.

A continuación se muestra un importante estudio sobre emprendurismo a nivel internacional que puede servir de referencia para entender el tema.

Monitor Global de Emprendedurismo (GEM)

El Monitor Global de Emprendedurismo, GEM por sus siglas en inglés, al presentar las características nacionales de desarrollo y las características asociadas a la actividad empresarial, explora el papel de la iniciativa empresarial en el crecimiento económico nacional. Los datos recogidos son armonizados por un equipo central de expertos, lo que garantiza su calidad y facilita las comparaciones entre países.

Objetivo principal del GEM

Consiste en evaluar el rol del emprendimiento en el crecimiento económico nacional; por esta razón, el GEM (2011) define al emprendimiento como “el proceso mediante el cual un individuo o grupo de personas, en asociación con una organización existente, crean una nueva empresa o incitan la renovación o innovación en el seno de dicha organización”.

El modelo del GEM brinda un marco analítico unificado para analizar la actividad emprendedora alrededor del mundo, proporcionando una imagen de los emprendedores, las actitudes de la población respecto del emprendimiento y las actividades y características de los individuos que participan en alguna de las etapas del proceso emprendedor.

El proyecto del GEM se enfoca en cuatro objetivos principales:

1. Medir y realizar comparaciones respecto al nivel y características de la actividad emprendedora en las diferentes economías que forman parte del GEM.
2. Determinar el grado en el que la actividad emprendedora tiene influencia sobre el crecimiento económico de cada una de las economías participantes.
3. Identificar factores que promueven o impiden la actividad emprendedora.
4. Guiar a la formulación de políticas efectivas y enfocadas a estimular el emprendimiento.

Para lograr dichos objetivos, el modelo GEM se basa en algunas premisas:

- En primer lugar, la prosperidad económica de un país está altamente relacionada con un sector emprendedor dinámico, en el que actualmente funcionarios públicos y académicos a nivel mundial están resaltando la importancia para la economía, no sólo de las grandes corporaciones, sino también de los pequeños negocios.
- En segundo lugar, se destaca la importancia de la actitud positiva de la sociedad hacia la actividad emprendedora como un factor determinante en la creación de negocios en donde confluyen también las habilidades y motivación necesarias para realizarla.
- Por último, se asume que el emprendimiento con alto potencial de crecimiento y desarrollo juega un rol central en la creación de una oferta laboral que determinará en gran medida la competitividad de las naciones.

Por otra parte, el GEM ha clasificado a los países participantes en el estudio por tipos de economías que permiten identificar similitudes entre las economías y, por lo tanto, un análisis con mayor grado de objetividad. A continuación se describe a cada una de ellas para entender esta parte de la evaluación:

Economías basadas en factores o recursos

- De la agricultura de subsistencia a la extracción de recursos naturales y la creación de conglomerados regionales a mayor escala.
- Dependencia en la mano de obra y recursos naturales.
- Enfoque de desarrollo en incrementar la base de requerimientos básicos.

Se encuentran países como: Argelia, Egipto, Irán, Palestina, Angola, Botsuana, Etiopía, Ghana, Malawi, Nigeria, Uganda, Zambia y Pakistán.

Economías basadas en eficiencia

- Aumento en la industrialización y la presencia de economías de escala. Dominio de grandes empresas, pero se presenta apertura de nichos en las cadenas de suministros para pequeñas y medianas empresas.
- Se mejoran los requerimientos básicos y se enfocan en el incremento y desarrollo de la eficiencia.

Se encuentran países como: Argentina, Barbados, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, México, Panamá, Perú, Trinidad y Tobago, Uruguay, Túnez, Namibia, Sudáfrica, China, Malasia, Tailandia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Polonia, Rumania, Bosnia-Herzegovina, Croacia, Macedonia, Rusia y Turquía.

Economías basadas en innovación

- Actividades basadas en el conocimiento, la investigación y el desarrollo.
- Desarrollo del sector servicios. Potencial para el desarrollo de la actividad emprendedora innovadora.
- Estas condiciones tienen una base sólida de requerimientos básicos y potencializadores de eficiencia.

Se encuentran países como: Israel, Japón, República de Corea, Singapur, Taiwán, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Portugal, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Reino Unido, Noruega, Suiza y Estados Unidos.

Como se observa, esta clasificación ha podido medir con mayor equidad los resultados obtenidos por el GEM y, al ser México uno de los países que participa en esta evaluación, se presenta como se ha aplicado el Modelo GEM en México.

Aplicación del modelo GEM en México

El GEM es un proyecto global iniciado de manera conjunta en (Lasio, 2012) 1999 por la London Business School y Babson College, en la que México —a través del Tecnológico de Monterrey— ha formado parte desde 2001. Hasta ahora, casi un centenar de países han participado con el objetivo de conocer la actividad emprendedora, las actitudes y las aspiraciones de emprendurismo de su población.

De acuerdo con el modelo GEM, la actividad emprendedora es un proceso que da inicio desde el momento en que los emprendedores potenciales —aquellos con las habilidades, capacidades y motivación para serlo— llevan a cabo acciones para poner en marcha un negocio. Durante los primeros tres meses de realizar dichas actividades son considerados como emprendedores nacientes; posteriormente y hasta los 3.5 años de creada, la empresa se considera como nueva, después de lo cual se cataloga como un negocio establecido.

El indicador principal del modelo es la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) (Andes, 2012),

la cual incluye a las personas involucradas en actividades relacionadas con empresas nacientes y empresas nuevas.

Del estudio realizado en 2011 en México (Naranjo & Campos, 2011), 43.5% de la población adulta percibe oportunidades de negocio y 60.6% siente que tiene las habilidades requeridas para iniciar una empresa, pero sólo 26.6% reconoce que el miedo al fracaso le impide hacerlo; en general, 24.2% tiene intenciones reales de emprender. Los datos de la actividad emprendedora muestran que 5.7% de la población adulta en México tiene una empresa naciente y 4% una empresa nueva, por lo que la TEA temprana se ubica en 9.6%, una tasa que coloca a México por debajo de la media de su grupo de desarrollo.

El perfil del emprendedor mexicano está conformado por el adulto joven de entre 25 y 44 años, principalmente con educación media superior, dentro del grupo de población con ingreso medio y que en muchos casos tiene además otro empleo.

La mayor parte de los emprendedores lo hacen por oportunidad, ya sea para aumentar sus ingresos o para tener mayor independencia; sin embargo, la orientación de las nuevas empresas en México se da principalmente en actividades orientadas al consumidor y, en menor proporción, en aquellas de mayor valor agregado como son las de transformación. Por esta razón, el impacto tiende a ser bajo, ya que se trata de empresas que en su mayoría innovan poco, tienen bajo grado de internacionalización y bajas expectativas en cuanto a la generación de empleos.

Expertos consultados en los factores críticos del emprendurismo en México sugieren que —a fin de fomentar la formación de empresas— es necesario crear mecanismos de financiamiento que lleguen de manera ágil y expedita a los emprendedores. De igual manera se propone modificar y aplicar leyes y reglamentos pertinentes para que se tenga acceso a un mercado competitivo que fomente la participación de micro, pequeñas y medianas empresas en encadenamientos productivos. Por último, y no menos importante, se deben adecuar los programas educativos de todos los niveles para desarrollar una cultura emprendedora y una actitud de participación ante los retos que la nueva economía demanda.

Por lo anterior es que se realiza la investigación que se lleva a cabo en el municipio de Puebla y que es objeto de esta investigación.

Metodología aplicada a la investigación

Justificación de la investigación

La presente investigación busca identificar los factores que influyen en la toma de decisiones para abrir, perdurar o cerrar una empresa o negocio. Dichas acciones son parte importante en cualquier economía, en el caso específico de esta investigación en el municipio de Puebla, México.

Objetivo de la investigación

Con la presente se persigue generar información y conocimiento documentado que sirva de apoyo en el estudio del comportamiento de los emprendedores al momento de la toma de decisiones, así como observar el funcionamiento de las políticas implementadas por parte del gobierno en el sector microempresarial del municipio.

Materiales y métodos

Los materiales empleados en esta investigación fueron encuestas impresas que se aplicaron en investigación a campo abierto, considerando la información que se obtuvo del Directorio estadístico Nacional de Unidades Económicas del INEGI (DENUE) en el año 2013.

Segmento de investigación

El segmento de la población al cuál se le aplicaron las encuestas fue seleccionado del DENUE, contemplando a empresas con un número de trabajadores desde 0 hasta 10, en el municipio de

Puebla, excluyendo actividades primarias y gubernamentales, dando un resultado de 57,265 unidades y obteniendo una muestra de 382 empresas, generada con un 95% de nivel de confianza y un intervalo de confianza de 5%.

Resultados de la investigación

En el municipio de Puebla, la actividad preponderante en las microempresas es la comercial, los resultados arrojan que son más hombres que mujeres los que toman y mantienen la decisión de abrir un negocio; el nivel de escolaridad entre dichos emprendedores va en promedio de educación básica a media superior y por lo general son ellos mismos quienes atienden y llevan a cabo la administración de sus negocios; en lo que respecta a su ocupación, el 79.65% de los encuestados no tienen ningún otro empleo y como consecuencia carecen de otra fuente de ingreso más allá de la que perciben por medio de su empresa. El 79.05% confiesa que el miedo al fracaso no lo detendría para expandir su empresa o crear una nueva.

Con respecto a la contratación de personal, se acotaba que los emprendedores, generalmente (50% de la muestra) se encuentran atendiendo personalmente sus negocios; las personas emprendedoras que no lo hacen prefieren contratar a personal con el que tengan algún vínculo familiar, lo cual genera en muchos casos una administración subjetiva y puede ser la causante del cierre de algunas empresas, al converger la relación familiar con la laboral.

En lo que se refiere a las cuestiones en las que se necesitan de servicios profesionales, los micro emprendedores del municipio de Puebla, en la mayoría de los casos (50.53%), optan por no contratar a algún profesional en alguna área, ya que representa un egreso adicional.

Del 48.42% que sí contrata algún profesional que preste sus servicios, en un 40% contratan a un contador para atender los requerimientos de tipo fiscal por parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

De las microempresas investigadas en el municipio de Puebla, un 85.26% no tiene ningún tipo de alianza con alguna otra empresa, y el 45.61% no utiliza ningún tipo de tecnología en sus procesos o actividades. Esto debido al giro de la empresa o a las actividades de transformación que se realizan de manera artesanal.

El 88.07% de los encuestados cree que tiene las habilidades necesarias para crear un negocio o las tuvo en el momento de crear el que ya tiene.

Los resultados de las encuestas realizadas a emprendedores del municipio de Puebla arrojaron que el principal motivo para la creación de empresas es la necesidad, con un 50%, por oportunidad, un 40 %, y el otro 10% considera que fue otro motivo.

La creación de empresas es llevada a cabo sin ninguna asesoría ni conocimiento básico administrativo, sin embargo un porcentaje aproximado al 40% de los encuestados sí recibieron asesoría, pero tal asesoría no en todos los casos fue prestada por algún profesional o experto en el negocio o giro que se pensaba abrir sino por personas que al igual que el dueño eran inexpertas al abrir el negocio.

En lo que se refiere al régimen jurídico de las microempresas en el municipio de Puebla, la investigación arrojó que el 60% se encontraba registrado bajo el Régimen de Pequeños Contribuyentes (REPECO). Cabe mencionar que la investigación se realizó en los meses de septiembre y agosto de 2013, cuando existía esta posibilidad y solamente el 20% estaba constituida en una Sociedad Anónima de Capital Variable.

En lo que se refiere a los recursos necesarios para iniciar una microempresa, solamente el 56% de los empresarios del municipio de Puebla contaban con los recursos necesarios y el 44% no contaba con los mismos.

Los empresarios que no tenían recursos recurrieron a diversas fuentes de financiamiento para poder abrir su empresa, siendo éstas los socios, los cónyuges o alguna otra entidad financiera.

Lo anterior nos muestra que los microempresarios del municipio de Puebla prefieren confiar en algún préstamo monetario por parte de amigos o familiares, aunado a que desconocen, ignoran o descartan la existencia de programas que apoyan al emprendurismo en México. Lo anterior solamente muestra que el 60% no conoce los programas gubernamentales para la creación de una nueva empresa y el 40 % que sí los conoce, considera que no será sujeto de crédito.

Cada año son aperturadas nuevas empresas por emprendedores pero también son cerradas o vendidas por varias razones. El 12% manifestaron haber vendido una empresa y el 88% restante aún no lo han hecho.

De la información anterior, las personas que han vendido alguna empresa propia

generalmente pierden el contacto e información de lo que sucedió o sucede actualmente con la misma, ya que solamente menos del 10% le da seguimiento a esta situación.

Aunque es muy inferior el porcentaje de los empresarios que ha tenido que vender o cerrar en comparación con los que nunca lo han hecho, cabe señalar que de acuerdo con los encuestados que sí han cerrado o vendido alguna empresa, lo han hecho no por el motivo que de inicio se pensaría, falta de rentabilidad, sino porque se van rompiendo esquemas, buscando y encontrando nuevas alternativas de planes de negocio.

En la gran mayoría de las microempresas, es decir, en un 80%, los dueños o propietarios son los encargados de tomar las decisiones y de realizar funciones de todas las áreas de las mismas. Esto propicia un exagerado centralismo, lo que no permite una adecuada administración.

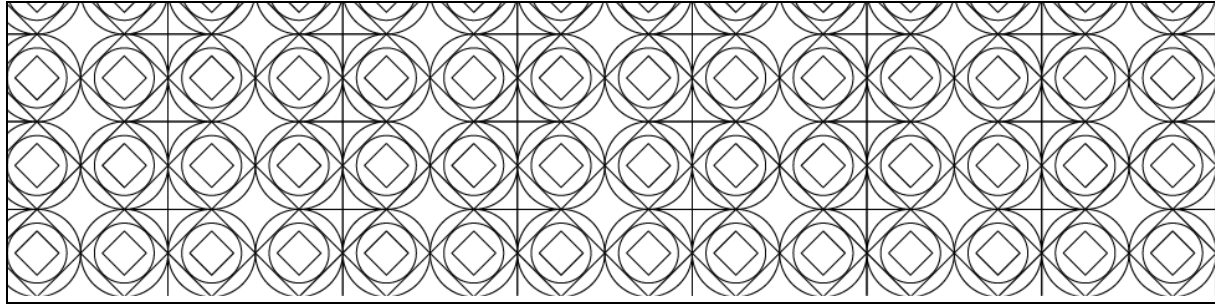
Las expectativas de los empresarios del municipio de Puebla son positivas al sentir, considerar y creer en la posibilidad de crear una nueva empresa o expandir la que ya tienen. De la información obtenida, el 57.19% de los encuestados considera expandir su empresa en un periodo máximo de tres años. El 70.88% de la muestra cree que su empresa crecerá como máximo en los próximos cinco años.

Conclusiones

Como se observa, los resultados obtenidos muestran claramente que todavía falta mucho por hacer en el tema del emprendurismo, entendiendo que no solamente es necesario generar teoría y conocimientos sobre el tema, sino encontrar los esquemas indispensables para aterrizarlos en el ámbito empresarial, debiendo involucrar a todos los actores que intervienen en él, desde las instituciones de educación superior, el sector gobierno y obviamente en el sector empresarial, sobre todo con resultados como los obtenidos en esta investigación, que reflejan claramente la falta de cultura emprendedora y de mecanismos que permitan implementar nuevos programas gubernamentales que estimulen la generación y fortalecimiento de las empresas en Puebla y México.

Referencia bibliográfica

- ANDES, U. D. (2012). Global Entrepreneurship Monitor: Colombia 2012. Bogotá, Colombia: UNIANDES.
- CASTRO FERNÁNDEZ, V. (21 de 11 de 2010). www.eoi.es. Recuperado el 13 de 01 de 2014, de www.eoi.es.
- GEM ESPAÑA. (2011). Emprendimiento Corporativo en España. País Vasco: GEM España.
- HERNÁNDEZ DOLS, A. (2006). El fomento del espíritu emprendedor en la escuela: nuevos retos para la educación del siglo xx. Madrid, España: EDUCAWEB.
- LASIO, V. (2012). Global Entrepreneurship Monitor: Ecuador 2012. Guayaquil, Ecuador: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- NARANJO, E. & CAMPOS, M. (2011). Monitor Global de la Actitud Emprendedora: México 2011. México: Tecnológico de Monterrey.



El uso de las tecnologías de información y comunicación en las PyMEs de Saltillo

JESÚS FRANCISCO MELLADO SILLER

EDITH REYES RUIZ

ADRIANA MÉNDEZ WONG

ALUMNA PARTICIPANTE: ELOÍSA GUADALUPE GARCÍA SÁENZ

Resumen

El presente trabajo da a conocer la forma de utilización de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) de la ciudad de Saltillo. Se obtuvo una muestra de 400 empresas de la industria, la construcción, el comercio y servicio, donde se pudo observar que para muchas las PyMEs se resisten al cambio de la tecnología para facilitar su trabajo en cualquiera de sus tareas manuales que realizan diariamente. Destaca que la industria es la que más utiliza las TIC, ya que realizan la mayor parte de sus compras y servicios con sus proveedores de estas herramientas. El sector comercio utiliza esta herramienta para darse a conocer por medio de las redes sociales, y el correo electrónico. Pero también teniendo en cuenta que hay empresas que no aprovechan los beneficios que aportan estas tecnologías para facilitar trámites, ya que consideran que es un riesgo, ya sea de servicios bancarios o de impuestos.

Marco teórico

El comercio electrónico que iniciaba en 2007 las ventas a consumidores en línea se expandió por más de un 25%; la principal fuente de crecimiento de ventas al detalle en línea se ha incrementado con base en los compradores en línea existente, en vez de nuevos compradores, a medida que se solidifica la confianza del cliente. Los compradores están adquiriendo bienes costosos en línea, como aparatos electrónicos, muebles y ropa (Laudon y Guercio, 2009).

En 1999, no existía el comercio electrónico como se le conoce ahora. En 2008, sólo catorce años después, se espera que cerca de 120 millones de estadounidenses inviertan \$265 mil millones en la compra de productos de ventas al detalle y servicios world wide web (www) de Internet (eMarketer, inc 2007a).¹⁰ Aunque los términos Internet y world wide web se utilizan para indicar lo mismo, en realidad son dos cosas muy distintas. Internet es una red mundial de redes de computadoras, y www es uno de los servicios más populares de Internet, que proporciona acceso a más de 50 mil millones de páginas web.

Desde su inicio en 1995, el comercio electrónico o e-commerce ha experimentado tasas de crecimiento de más del 100% anual y, aunque la proporción de crecimiento se ha reducido, ahora crece 25% por año. Estos desarrollos han creado los primeros mercados electrónicos digitales de amplio esparcimiento. Más impresionante aún que su espectacular crecimiento inicial, es su crecimiento pronosticado a futuro. Para el 2010, los análisis estiman que los consumidores invertirán más de \$400 mil millones y los negocios cerca de \$6 billones en transacciones en línea.

El siglo XXI es la era de una nueva vida social y comercial con capacidad digital, cuyos

contornos son difíciles de percibir, los cambios de tecnologías de información y comunicación subyacentes y la innovación emprendedora continúa en los negocios y en el marketing, y promete el mismo volumen de cambio en la próxima década. Parece probable que el comercio electrónico impacte en un momento dado casi todo lo relacionado con el comercio y que para el año 2050 prácticamente todo el comercio se realizará en forma electrónica (Laudon y Guercio, 2009).

¿Qué es el comercio electrónico?

El comercio electrónico es el comercio que está enfocado en las transacciones comerciales habilitadas de manera digital entre organizaciones e individuos. Cada uno de los componentes de la definición funcional es importante. Cuando se dice las transacciones habilitadas de manera digital, se incluyen todas las transacciones mediadas por la tecnología digital. Esto significa que las transacciones que ocurren a través de Internet y de la Web, las transacciones comerciales, implican el intercambio de valores tales como el dinero, entre límites organizacionales o individuales, a cambio de productos y servicios.

El intercambio de valores es importante para la comprensión de los límites del comercio electrónico. Sin intercambio de valores, no hay actividad comercial.

La diferencia entre el comercio electrónico y los negocios en línea

El debate acerca del significado y las delimitaciones entre el comercio electrónico (e-commerce), y los negocios en línea (e-business) supone que el comercio electrónico abarca todo el mundo de actividades organizacionales con base electrónica que dan soporte a los tipos de cambios comerciales de una firma, incluyendo toda la infraestructura del sistema de información de la misma (Rayport y Jaworski, 2003). Por otro lado, otros argumentan que los negocios electrónicos abarcan el mundo completo de actividades internas y externas con base electrónica, incluyendo el comercio electrónico (Kalaoka y Robinson, 2003).¹¹

De lo anterior se deriva que los negocios en línea no incluyen las transacciones comerciales que implican un intercambio de valores a través de los límites organizacionales, así, por ejemplo, los e-business son considerados procesos dentro de una firma que involucran a los sistemas de información que están en control de la misma firma. En cambio, las aplicaciones de negocios en línea se convierten en e-commerce, precisamente cuando ocurre un intercambio de valores. En sí, para más claridad: la diferencia entre e-commerce y e-business es que, aunque los dos utilizan internet, e-commerce son las transacciones con los clientes; mientras que e-business son sistemas de negocios en línea con los proveedores.

Las características de la tecnología del comercio electrónico

La primera característica es que el mercado se extiende en sus límites tradicionales, eliminando una ubicuidad temporal y geográfica, creando el marketpace. De esta manera se puede comprar en cualquier parte, mejorando la conveniencia para el cliente, y se reducen los costos de compra; a esto se llama ubicuidad porque la tecnología de Internet está en todos lados a través de los dispositivos móviles.

La segunda característica es cuando se habilita el comercio a través de los límites culturales y nacionales sin problemas ni modificaciones. El marketpace tiene miles de millones de clientes potenciales en todo el mundo se conoce a esto como: alcance global, donde la tecnología se extiende a los confines del mundo.

La tercera son los estándares universales, es decir, hay un conjunto de estándares de medios técnicos en todo el mundo. A saber son los estándares de Internet.

La cuarta es la riqueza, ya que se pueden transmitir mensajes en video, audio y texto, estos integran una sola experiencia de consumo y mensaje de comercialización.

La quinta es la interactividad, donde el usuario interactúa con la tecnología, por lo mismo los consumidores dialogan dinámicamente haciendo del consumidor un coparticipante en el proceso de entrega de bienes en el mercado.

La sexta característica es la densidad de información, donde los costos de información se reducen drásticamente mientras que la prevalencia, la precisión y actualidad se incrementan;

en otras palabras, la información es abundante precisa y económica.

La séptima es la personalización de los mensajes de comercialización y adecuación de los productos. Se basan en las características individuales y se llama también adecuación.

La última característica es la tecnología social, aquí los nuevos modelos sociales y de negocios derivados de Internet permiten que el usuario cree y distribuya su propio contenido, y soportan las redes sociales.

Las PyMEs en Iberoamérica indican que las empresas están calificando fuerte su posición tecnológica, debido a que realizan un desarrollo interno de la tecnología que utilizan; también existen casos de PyMES que tienen una tecnología adquirida y su uso les posiciona por delante de la competencia. Muchas de las empresas disponen de una tecnología sostenible, es decir, utilizan tecnologías idénticas a las de la mayoría de las empresas del sector y sólo se realizan nuevas inversiones cuando se observa que la competencia obtiene buenos resultados. También existen quienes tienen una tecnología débil, es decir, los principales competidores tienen una tecnología más eficiente o moderna y en eso aventajan a PyMES del mismo ramo.

Las diferencias en tecnología en PyMES, se analizan considerando el tamaño, la antigüedad y el sector. Por lo que respecta al tamaño, las empresas medianas presentan una evolución más favorable que las micro y pequeñas empresas. En cuanto al nivel de tecnología desarrollada, son solamente las empresas medianas quienes desarrollan internamente su propia tecnología, es decir, están en el área de e-business, que pudiera permitir y evidenciar un nivel tecnológico elevado. Sin embargo, las empresas de menor tamaño, conocidas como micro, se concentran principalmente en la categoría de tecnología sostenible, donde esta tecnología no sirve de diferenciación frente a la competencia, evidenciando que se encuentran en el área de e-business.

En la actualidad, las tecnologías de información han tenido un impacto relevante en el rendimiento de las organizaciones, presentando facilidades para ingresar en el e-commerce. Por lo tanto, para cada elemento integrador que se desarrolla al interior de las empresas, sobre todo en las PyMES, es importante tomar acuerdos en toda la organización, considerando cada área funcional con el fin de que exista un compromiso y una comunicación que se entienda en todos los niveles, a fin de que se tenga una directriz y una planeación hacia un sólo sentido en el desarrollo de la utilización de las tecnologías de la información y comunicación, y obtener la habilidad para generar e-commerce, lo que presentará ventajas en las PyMEs.

En los últimos años, las empresas de todo el mundo han tenido un desarrollo sustancial a razón de los avances tecnológicos y el aprovechamiento de las tecnologías de información. El uso de las tecnologías de información permite mejorar sustancialmente toda actividad administrativa dentro de las empresas y sobre todo permite un ingreso a las nuevas formas de mercado, ya que introduce a todo tipo de empresas en el e-commerce.

Metodología

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado y muestreo aleatorio simple. Para ello, es necesario definir los criterios de estratificación que están en función de la información disponible, por lo tanto, el número de criterios y estratos debe ser moderado y congruente con el máximo tamaño de muestra con el que podamos trabajar. En este trabajo se fijaron los siguientes estratos por sector: industria, construcción, comercio y servicios.

Dentro de cada estrato, la selección se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. Dado que el procedimiento efectuado da un resultado final que no es proporcional, será necesaria la utilización de los correspondientes factores de elevación para la obtención de resultados agregados.

Dado que el cuestionario incluye una tipología de preguntas muy variada, tanto cuantitativas como cualitativas, se ha determinado el tamaño muestral tomando como criterio de calidad generalmente aceptado el control sobre el error máximo a priori en la estimación de la proporción de respuesta a una pregunta dicotómica (frecuencia relativa de respuesta para un ítem de una cuestión con dos posibles contestaciones). En concreto, se fijó como objetivo inicial que el error máximo de estimación no superase los 3 puntos porcentuales, con un nivel de confianza del 95% para el total de la muestra. La muestra finalmente obtenida fue de 400 PyMEs de la ciudad de Saltillo.

En relación con la medición de la tecnología (que suele ser una de las bases fundamentales de la eficiencia y crecimiento de las empresas, dado que reducir costes, diferenciarse y alcanzar el

nivel de calidad que exige el mercado, son algunos de los principales objetivos que se esperan y que pueden alcanzarse a través de la misma) se distinguen las siguientes posiciones:

- Fuerte, la empresa realiza un desarrollo interno de la tecnología que utiliza con el fin de obtener mejores resultados que la competencia.
- Buena, la tecnología adquirida por la empresa o el uso que se hace de ella la posiciona por delante de la competencia.
- Sostenible, la tecnología que utilizan es la misma que se utiliza en la mayoría de las empresas del sector y sólo realizan nuevas inversiones cuando comprueban que la competencia obtiene buenos resultados.
- Débil, la empresa considera que sus principales competidores tienen una tecnología más eficiente o moderna que la nuestra.

Respecto de la calidad, se ha preguntado a la empresa sobre la existencia o no de una certificación ISO 9000 o equivalente.

Para medir el nivel de innovación existente en la empresa se ha preguntado sobre los cambios o mejoras realizadas en los productos, procesos o sistemas de gestión en los últimos dos años, así como sobre la importancia de estos cambios para la empresa.

Respecto de las TIC, se ha tratado de analizar tanto la existencia de las mismas como su grado de utilización.

Pregunta de investigación

¿Las PyMEs de Saltillo se están actualizando en el uso de las TIC?

Objetivo

Determinar el uso de las tecnologías de información y comunicación por las PyMEs de Saltillo.

Resultados

Se realiza análisis de contingencia para determinar infraestructura por sector, encontrándose los siguientes resultados:

Tabla 1 de contingencia sector * Correo electrónico/e-mail					
			Correo electrónico/e-mail		Total
			No	Sí	
Sector	Industria	Recuento	18	65	83
		% dentro de sector	21.7%	78.3%	100.0%
		% del total	4.4%	16.0%	20.4%
	Construcción	Recuento	0	14	14
		% dentro de sector	0.0%	100.0%	100.0%
		% del total	0.0%	3.4%	3.4%
	Comercio	Recuento	121	117	238
		% dentro de sector	50.8%	49.2%	100.0%
		% del total	29.8%	28.8%	58.6%
	Servicios	Recuento	23	48	71
		% dentro de sector	32.4%	67.6%	100.0%
		% del total	5.7%	11.8%	17.5%
Total	Recuento	162	244	406	
	% dentro de sector	39.9%	60.1%	100.0%	
	% del total	39.9%	60.1%	100.0%	

En la tabla 1, los sectores de la construcción, industria, y servicios, manifiestan que utilizan el correo electrónico por encima del 50%; sólo el sector comercio muestra que el 50.8% de sus

componentes no utiliza el correo electrónico, lo que señala que este sector necesita actualización en su infraestructura.

Tabla 2 de contingencia sector * página web					
			Pagina web		Total
			No	Sí	
Sector	Industria	Recuento	50	33	83
		% dentro de sector	60.2%	39.8%	100.0%
		% del total	12.3%	8.1%	20.5%
	Construcción	Recuento	4	10	14
		% dentro de sector	28.6%	71.4%	100.0%
		% del total	1.0%	2.5%	3.5%
	Comercio	Recuento	181	56	237
		% dentro de sector	76.4%	23.6%	100.0%
		% del total	44.7%	13.8%	58.5%
	Servicios	Recuento	44	27	71
		% dentro de sector	62.0%	38.0%	100.0%
		% del total	10.9%	6.7%	17.5%
Total	Recuento	279	126	405	
	% dentro de sector	68.9%	31.1%	100.0%	
	% del total	68.9%	31.1%	100.0%	

En la tabla 2, los sectores de la construcción, con 71.4%, industria, con 39.8%, servicios, con un 38%, y el sector comercio con 23.6%, manifiestan que utilizan página web, lo que indica que, en cuanto a la infraestructura de página web, sólo la industria de la construcción le ha encontrado utilidad, los demás sectores requieren de conocimiento de la utilización de esta herramienta en su infraestructura.

Tabla 3 de contingencia sector * realizar compras y/o ventas por Internet					
			Realizar compras y/o ventas por Internet		Total
			No	Sí	
Sector	Industria	Recuento	36	47	83
		% dentro de sector	43.4%	56.6%	100.0%
		% del total	8.9%	11.6%	20.5%
	Construcción	Recuento	1	13	14
		% dentro de sector	7.1%	92.9%	100.0%
		% del total	0.2%	3.2%	3.5%
	Comercio	Recuento	163	74	237
		% dentro de sector	68.8%	31.2%	100.0%
		% del total	40.2%	18.3%	58.5%
	Servicios	Recuento	38	33	71
		% dentro de sector	53.5%	46.5%	100.0%
		% del total	9.4%	8.1%	17.5%
Total	Recuento	238	167	405	
	% dentro de sector	58.8%	41.2%	100.0%	
	% del total	58.8%	41.2%	100.0%	

En la tabla 3 los sectores de la construcción, con 92.6%, industria, con 56.6%, manifestaron que sí realizan compras y/o ventas por internet; los sectores de comercio y servicios presentan porcentajes de 68% y 53.5%, respectivamente, de que no realizan compras y/o ventas por internet; lo que manifiesta para estos dos sectores primordiales de la economía de la ciudad de Saltillo, que la infraestructura con la que cuentan no es suficiente para ayudarlos a que se

integren en las nuevas formas de utilización del mercado.

Tabla 4 de contingencia sector * utiliza banca electrónica					
			Utiliza banca electrónica		Total
			No	Sí	
Sector	Industria	Recuento	37	46	83
		% dentro de sector	44.6%	55.4%	100.0%
		% del total	9.2%	11.4%	20.6%
	Construcción	Recuento	1	13	14
		% dentro de sector	7.1%	92.9%	100.0%
		% del total	0.2%	3.2%	3.5%
	Comercio	Recuento	163	72	235
		% dentro de sector	69.4%	30.6%	100.0%
		% del total	40.4%	17.9%	58.3%
	Servicios	Recuento	38	33	71
		% dentro de sector	53.5%	46.5%	100.0%
		% del total	9.4%	8.2%	17.6%
Total	Recuento	239	164	403	
	% dentro de sector	59.3%	40.7%	100.0%	
	% del total	59.3%	40.7%	100.0%	

En la tabla 4, los sectores de la construcción, con 92.9%, industria, con 55.4%, manifestaron que sí utilizan la banca electrónica; los sectores de comercio y servicios presentan 69.4% y 53.5%, respectivamente, indicando que no utilizan la banca electrónica; lo que manifiesta que estos dos sectores importantes de la economía de la ciudad de Saltillo, Coahuila, presentan deficiencias de actualización en lo concerniente a su infraestructura, y con la que cuentan no es suficiente para ayudarlos a que se integren en las maneras actuales de utilización del mercado.

Tabla 5 de contingencia sector * realiza mercadeo a través de Internet					
			Realiza mercadeo a través de Internet		Total
			No	Sí	
Sector	Industria	Recuento	44	39	83
		% dentro de sector	53.0%	47.0%	100.0%
		% del total	10.9%	9.7%	20.6%
	Construcción	Recuento	4	10	14
		% dentro de sector	28.6%	71.4%	100.0%
		% del total	1.0%	2.5%	3.5%
	Comercio	Recuento	179	56	235
		% dentro de sector	76.2%	23.8%	100.0%
		% del total	44.4%	13.9%	58.3%
	Servicios	Recuento	44	27	71
		% dentro de sector	62.0%	38.0%	100.0%
		% del total	10.9%	6.7%	17.6%
Total	Recuento	271	132	403	
	% dentro de sector	67.2%	32.8%	100.0%	
	% del total	67.2%	32.8%	100.0%	

En la tabla 5, los sectores de la industria, con 53.0%, los sectores de comercio y servicios presentan 76.2% y 62.0%, respectivamente, indicando que no realizan operaciones a través de internet. Es sólo la industria de la construcción la que manifiesta, con un 71.4%, que sí realiza operaciones a través de internet; esto denota que de los sectores que componen las industrias de Saltillo, Coahuila, no están capacitados o no les interesa ingresar a los mercados de la

manera en que actualmente se está llevando a cabo.

Tabla 6 de contingencia sector * tiene intranet corporativa					
			Tiene intranet corporativa		Total
			No	Sí	
Sector	Industria	Recuento	58	24	82
		% dentro de sector	70.7%	29.3%	100.0%
		% del total	14.5%	6.0%	20.4%
	Construcción	Recuento	8	6	14
		% dentro de sector	57.1%	42.9%	100.0%
		% del total	2.0%	1.5%	3.5%
	Comercio	Recuento	198	37	235
		% dentro de sector	84.3%	15.7%	100.0%
		% del total	49.4%	9.2%	58.6%
	Servicios	Recuento	58	12	70
		% dentro de sector	82.9%	17.1%	100.0%
		% del total	14.5%	3.0%	17.5%
Total	Recuento	322	79	401	
	% dentro de sector	80.3%	19.7%	100.0%	
	% del total	80.3%	19.7%	100.0%	

En la tabla 6, los sectores de la industria, con 70.70%, los sectores de comercio y servicios, 84.3% y 82.9%, respectivamente, indicando que no utilizan intranet corporativa. Es sólo el sector de la construcción el que manifiesta, con un 71.4%, que sí realiza operaciones a través de intranet corporativa; esto denota que de los sectores que componen las industrias de la ciudad de Saltillo, no les interesa trabajar con una intranet corporativa.

Tabla 7 de contingencia sector * utiliza redes sociales					
			Utiliza Redes Sociales		Total
			No	Sí	
Sector	Industria	Recuento	52	31	83
		% dentro de sector	62.7%	37.3%	100.0%
		% del total	12.8%	7.6%	20.4%
	Construcción	Recuento	9	5	14
		% dentro de sector	64.3%	35.7%	100.0%
		% del total	2.2%	1.2%	3.4%
	Comercio	Recuento	160	79	239
		% dentro de sector	66.9%	33.1%	100.0%
		% del total	39.3%	19.4%	58.7%
	Servicios	Recuento	32	39	71
		% dentro de sector	45.1%	54.9%	100.0%
		% del total	7.9%	9.6%	17.4%
Total	Recuento	253	154	407	
	% dentro de sector	62.2%	37.8%	100.0%	
	% del total	62.2%	37.8%	100.0%	

En la tabla 7, los sectores de la industria, con 62.70%, de la construcción, con 64.3%, y comercio, con 66.9%, indicando que no utilizan redes sociales. Es sólo el sector de los servicios el que manifiesta, con un 54.9%, que sí utiliza redes sociales con un 54.9%. Esto denota que los sectores que componen las industrias de Saltillo, no reconocen el poder que se tiene de publicidad y otros beneficios con el uso de las redes sociales.

Tabla 8 de contingencia sector * tramita impuestos a través de la web					
			Tramita impuestos a través de la Web		Total
			No	Sí	
Sector	Industria	Recuento	51	32	83
		% dentro de sector	61.4%	38.6%	100.0%
		% del total	12.5%	7.8%	20.3%
	Construcción	Recuento	7	7	14
		% dentro de sector	50.0%	50.0%	100.0%
		% del total	1.7%	1.7%	3.4%
	Comercio	Recuento	192	48	240
		% dentro de sector	80.0%	20.0%	100.0%
		% del total	47.1%	11.8%	58.8%
	Servicios	Recuento	45	26	71
		% dentro de sector	63.4%	36.6%	100.0%
		% del total	11.0%	6.4%	17.4%
Total	Recuento	295	113	408	
	% dentro de sector	72.3%	27.7%	100.0%	
	% del total	72.3%	27.7%	100.0%	

En la tabla 8, los sectores de la industria, con 61.4%, de la construcción, con 50%, comercio, con 80%, y servicios, que manifiesta con un 63.4%, no tramitan impuestos a través de la web. Esto denota que de los sectores que componen las industrias de Saltillo, Coahuila, todavía no tienen confianza en realizar trámites con el fisco a través de la web.

Conclusiones

En el sector comercio se necesita actualización en su infraestructura, ya que no se utiliza el correo electrónico. En relación con la utilización de las páginas Web, solamente el sector de la industria ha encontrado utilidad en ésta, ya que los demás sectores requieren de conocimiento para la utilización de esta herramienta en su infraestructura.

Es importante utilizar internet en las compras o ventas para los sectores de la construcción e industria, ya que estos dos sectores son primordiales para la economía de la ciudad de Saltillo, ya que con la infraestructura que cuentan no es suficiente para ayudarlos a que se integren en las nuevas formas de utilización del mercado.

Los sectores de comercio y servicio no utilizan la banca electrónica, ya que presentan deficiencia en la actualización en lo concerniente a su infraestructura para poder realizar operaciones en sus instalaciones.

No se reconoce en la ciudad de Saltillo el poder que se tiene de la publicidad y otros beneficios con el uso de las redes sociales ya que solamente el sector de servicios es el que lo utiliza para darse a conocer.

Los sectores que componen las industrias de Saltillo, todavía no tienen confianza en realizar trámites con el fisco a través de la Web, ya que consideran que es un riesgo para ellos.

Referencia bibliográfica

- AAKER, D. A., KUMAR, V. & DAY, G. S. (2003). Investigación de Mercados (4a. Edición). México: Limusa.
- ANDERSON, D., SWEENEY, D. J. & WILLIAMS, T. A. (2004). Estadística para Administradores y Economía (8a. Edición). México: Internacional Thomson Editores.
- BIZQUERRA, A. R. (1987). Introducción a la Estadística Aplicada a la Investigación Educativa. Un enfoque informático con los paquetes BMPD y SPSSx. Barcelona, España: Ed. Promociones y Publicaciones Universitarias, S. A.
- BIZQUERRA, A. R. (1989). Métodos de Investigación Educativa. Barcelona, España: Ed. CEAC.
- BRIONES, G. (1992). Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales. México: Ed.

Trillas.

COCHRAN WILLIAM, G. (1984). Técnicas de Muestreo (4a. Impresión). México: Ed Cia. Editorial Continental, S. A. (C.E.C.S. A.).

HERNÁNDEZ SAMPIERI, G. & BEAUCHOT JIMÉNEZ, M. (2010). Metodología de la Investigación (3a edición). México: McGraw-Hill.

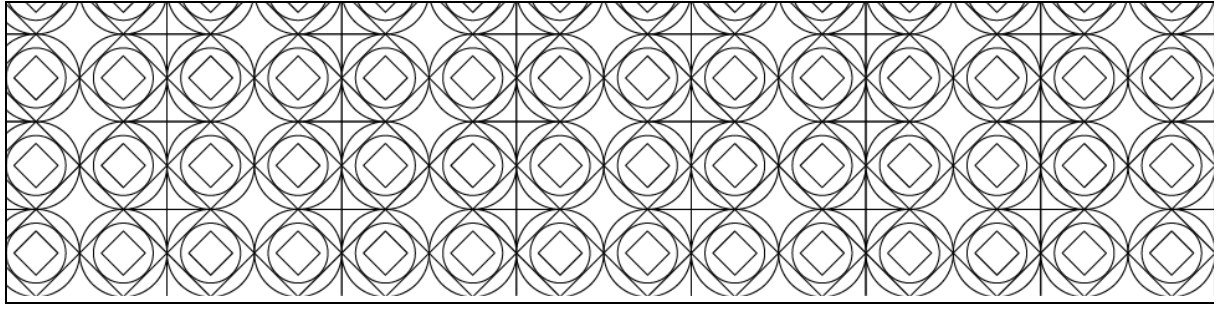
LAUDON, K. C. & GUERCIO, T. C. (2009). e-commerce negocios, tecnología, sociedad (4a. edición). México: Pearson Educación.

VISAUTA VINACUA, B. (2007). Análisis estadístico con SPSS (3a edición). Madrid, España: McGraw-Hill.

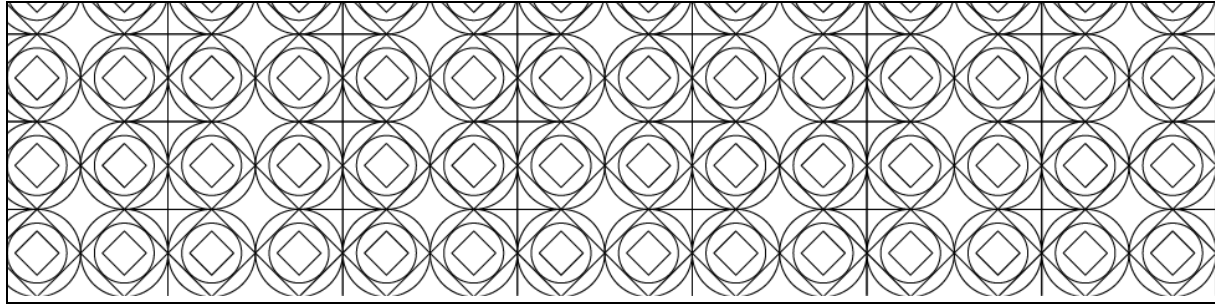
Notas

¹⁰ Mencionado por Laudon y Guercio, 2009.

¹¹ Mencionado por Laudon y Guercio, 2009.



Finanzas y contabilidad



Finanzas personales: determinación de las cualidades ideales de un patrimonio y las acciones tendientes a formarlo

LUIS CHÁVEZ GUZMÁN
RAMÓN CANTÚ CUÉLLAR

Resumen

Utilizando un focus group aplicado a ocho alumnos de maestría, obtuvimos las cualidades ideales que, desde su perspectiva, están asociadas a un patrimonio que ellos desean formar para su protección, obteniendo: crecimiento, valores, seguridad, liquidez, abundancia, satisfacción y provecho.

También utilizando la técnica del focus group, obtuvimos del mismo grupo conocimiento de las actividades que ellos piensan que les permitirán lograr la formación de un patrimonio: superación profesional, trabajar con calidad, invertir en bolsa, disciplina de ahorro, administración, creatividad y eliminar gastos.

Obtenemos la concordancia de los alumnos al estimar el orden de importancia relativa de las cualidades del patrimonio, de igual manera obtenemos la concordancia de los alumnos en el orden en que las acciones generaran un patrimonio.

Con el análisis factorial de correspondencias, aplicado al concentrado de la tabla acciones-cualidades, obtenemos el mapa perceptual que nos permite observar la relación entre las acciones realizadas para lograr el patrimonio y las cualidades del patrimonio.

Introducción

Una preocupación de los jóvenes es la formación de un patrimonio que les de seguridad económica, les permita solventar imprevistos y tener una vejez digna. Reflexionar sobre las características que debe tener un patrimonio y determinar las acciones para formarlo con las características idóneas, es para los jóvenes de vital importancia.

En este trabajo se realiza ese proceso desde una perspectiva científica, utilizando en dos ocasiones la técnica del focus group y un cuestionario a los jóvenes participantes profesionistas, pruebas de concordancia y la aplicación del análisis de correspondencias con su respectiva interpretación.

Marco teórico y/o antecedentes científicos

Sobre las cualidades que debe tener un patrimonio que permita solventar las situaciones imprevistas, previstas y retiro, Opiela (2001) aconseja a los planificadores financieros ayudar a los padres de familia a planificar para la universidad y la jubilación. Además, enumeran los conflictos derivados de decidir si se debe planificar para la universidad o la jubilación. En *Many Hospital Employees Don't Save for Retirement* (1998) se menciona la falta de cumplimiento de los trabajadores de hospital en los programas de ahorro para la jubilación, y también analizan

las posibles causas de insuficiencia del ahorro al retiro, así como la renuencia de los trabajadores de hospital a participar en los programas de los empleadores.

Opiela (2001) determina las ventajas de priorizar los planes de jubilación, mediante el análisis de los cambios en la actitud de los padres hacia la planificación para la jubilación, así como la participación de los niños en la planificación de su educación universitaria.

Guzmán y Rangel (2013) proponen diferentes enfoques para analizar el tema del ahorro en México, y hacen una reseña del caso mexicano a través de los momentos históricos y características culturales en la concepción del ahorro de los mexicanos. Y así como Opiela (2001) encuentra dificultades en la planificación para la universidad, Guzmán y Rangel, 2013 reportan, en el caso de mexicanos, cómo se manifiesta la preferencia al consumo presente en detrimento del bienestar del individuo en la vejez.

En cuanto a las acciones encaminadas a la formación del patrimonio u obtención de recursos, Opiela (2001) determina los factores a tomar en cuenta para lograr la obtención de ayuda financiera para la educación universitaria.

Guzmán y Rangel (2013) describen desde prácticas informales del ahorro hasta marco legal en los sistemas de pensiones. El bienestar de grupos vulnerables, como lo son los adultos mayores, retoman relevancia en las líneas de investigación en los últimos años, y se identifica que el ahorro es un componente importante del bienestar, sobre todo en la tercera edad.

El ahorro es un componente importante del bienestar, sobre todo en la tercera edad, porque entre otras causas, el ahorro reduce la incertidumbre al suavizar el consumo, y pudiera garantizar en el futuro el acceso a la salud en los países donde no se logra cobertura total de la población (Guzmán & Rangel, 2013).

Entre los trabajos sobre el tema destaca el de Klein (2010), cuya principal aportación es la de motivar al ahorro a través del análisis riguroso de las opciones disponibles.

En el análisis y crítica a los sistemas de pensiones, mostrando ventajas y deficiencias en su desempeño tanto en México como en el extranjero, tenemos a Altiparmakov (2011), Archer (2012), Vidal (2008), Argandoña, Moreno, y Solá (2009), López, Búa, González, y Pazos (2012).

Con esta revisión de la literatura mostramos las acciones tendientes a formar un patrimonio con características ideales.

Planteamiento del problema

Los trabajos que se han realizado relacionados con el tema de la formación del patrimonio, lo hacen en forma general y describiendo las formas para allegarse recursos y solventar situaciones como los gastos universitarios, otros son críticos del sistema de pensiones y los analizan desde diferentes perspectivas.

En este estudio determinaremos las cualidades asociadas al patrimonio para el grupo constituido por profesionistas de una vida laboral menor a cinco años o a tener menos de cinco años de haber terminado la licenciatura. Las cualidades asociadas al patrimonio ideal serán las percibidas por ellos directamente.

Independientemente de la obtención de las cualidades asociadas con el patrimonio ideal, obtendremos también directamente las del profesionista, así como las acciones concretas que realiza para lograr el patrimonio ideal.

Obtendremos de los profesionistas la influencia relativa de cada cualidad asociada con el patrimonio ideal.

También obtendremos de los profesionistas la influencia relativa de cada acción concreta en las cualidades relacionadas con el patrimonio ideal.

Hipótesis

En nuestro trabajo consideramos las cuatro hipótesis siguientes.

- .. Existe un conjunto de cualidades asociadas con el patrimonio ideal.
- !. Existe un conjunto de acciones concretas tendientes a lograr el patrimonio ideal.
- }. Existe acuerdo por los participantes en la importancia relativa de las cualidades asociadas con el patrimonio ideal.
- }. Existe acuerdo por los participantes en la importancia relativa de las acciones emprendidas para formar el patrimonio ideal.

Diseño de la investigación

Para determinar las cualidades asociadas al patrimonio ideal, utilizamos el método de focus group, considerado ideal para estos casos. Acocella (2012) lo considera como una reinención.

Es una técnica capaz de proveer suficiente cantidad de información de buena calidad en poco tiempo y a un costo mínimo (Bertrand, Brown & Ward, 1992).

En este caso, el grupo estuvo formado por los ocho alumnos de la materia de Finanzas para la Toma de Decisiones. Se les pidió que enumeraran las cualidades asociadas al patrimonio ideal, generando así una lluvia de ideas. Posteriormente, consolidaron las cualidades llegando a las siete cualidades siguientes:

Cualidades asociadas con el patrimonio ideal	
1	Crecimiento
2	Seguro
3	Liquidez
4	Abundante
5	Satisfactorio
6	Convertible
7	Provechoso

De esta manera, aceptamos la hipótesis “existe un conjunto de cualidades asociadas con el patrimonio ideal”.

Aplicamos la técnica focus group similar al caso anterior, pero ahora para encontrar las acciones concretas tendientes a lograr el patrimonio ideal.

Después, se llegaron a las siete acciones siguientes:

Acciones tendientes a lograr la formación del patrimonio ideal	
1	Superación profesional
2	Trabajar con calidad
3	Invertir en bolsa
4	Disciplina de ahorro
5	Administración
6	Creatividad
7	Eliminar gastos

Por lo tanto aceptamos la hipótesis “existe un conjunto de acciones concretas tendientes a formar el patrimonio ideal”.

Se elaboró una encuesta constando de tres tablas, la primera calificando relativamente la influencia de las cualidades asociadas con el patrimonio ideal, ordenándolas del 1, la más influyente, a la 7 como la de menos influencia en la formación del patrimonio.

Cada uno de los ocho estudiantes y profesionistas participantes llenó una tabla como ésta.

Primera tabla de la encuesta: ejemplo de llenado por cada participante.

Cualidades asociadas con el patrimonio ideal		Respuesta
1	Crecimiento	2
2	Seguro	4
3	Liquidez	1
4	Abundante	3
5	Satisfactorio	6
6	Convertible	5
7	Provechoso	7

Segunda tabla de la encuesta: ejemplo de llenado por cada participante

	Crecimiento	Seguro	Liquidez	Abundante	Satisfactorio	Convertible	Provechoso
Crecimiento	18	31	36	19	33	47	40
Seguro	23	31	36	21	29	51	33
Liquidez	22	48	41	18	30	33	32
Abundante	27	27	35	10	42	47	36
Satisfactorio	21	27	36	24	39	44	33
Convertible	20	45	42	23	28	35	31
Provechoso	31	23	31	22	38	47	32

Aplicamos la prueba de concordancia de Kendall al concentrado de la primera tabla de la encuesta y obtenemos un $K = 0.488839$, correspondiéndole una Chi-cuadrado de 23.4643, con 6 GL, rechazando la hipótesis H_0 de la inexistencia de acuerdo con la percepción de los participantes sobre la importancia relativa de las cualidades asociadas al patrimonio ideal, con una probabilidad de error de 0.0007. Además, la Kappa de Fleiss general es de 1.8372, y también rechaza H_0 con una significancia de 0.0331. Por lo tanto, aceptamos la H_3 : “existe acuerdo por los participantes en la importancia relativa de las cualidades asociadas con el patrimonio ideal”. Ver en el apéndice Análisis de concordancia de atributos para A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, entre evaluadores.

Aplicamos la prueba de concordancia de Kendall al concentrado de la segunda tabla de la encuesta y obtenemos un $K = 0.553571$ correspondiéndole a una Chi-cuadrado de 26.5714, con 6 GL, rechazando la hipótesis H_0 de la inexistencia de acuerdo en la percepción de los participantes sobre la importancia relativa de las acciones emprendidas para formar el patrimonio ideal, con una probabilidad de error de 0.0002. Además, la Kappa de Fleiss general es de 0.071429, y también rechaza H_0 con una significancia de 0.0072. Por lo tanto, aceptamos la H_4 : “existe acuerdo por los participantes en la importancia relativa de las acciones emprendidas para formar el patrimonio ideal”. Ver en el apéndice Análisis de concordancia de atributos para B1, B2, B3, B4, B5, B6, B7, B8, entre evaluadores.

También analizamos la asociación de y entre las cualidades relacionadas con el patrimonio ideal y las acciones emprendidas mediante el análisis de correspondencias.

Para obtener las asociaciones propuestas aplicamos el análisis de correspondencias (Greenacre, 2007), con el MINITAB, a la tabla “Acumulado de la tercer tabla de la encuesta”.

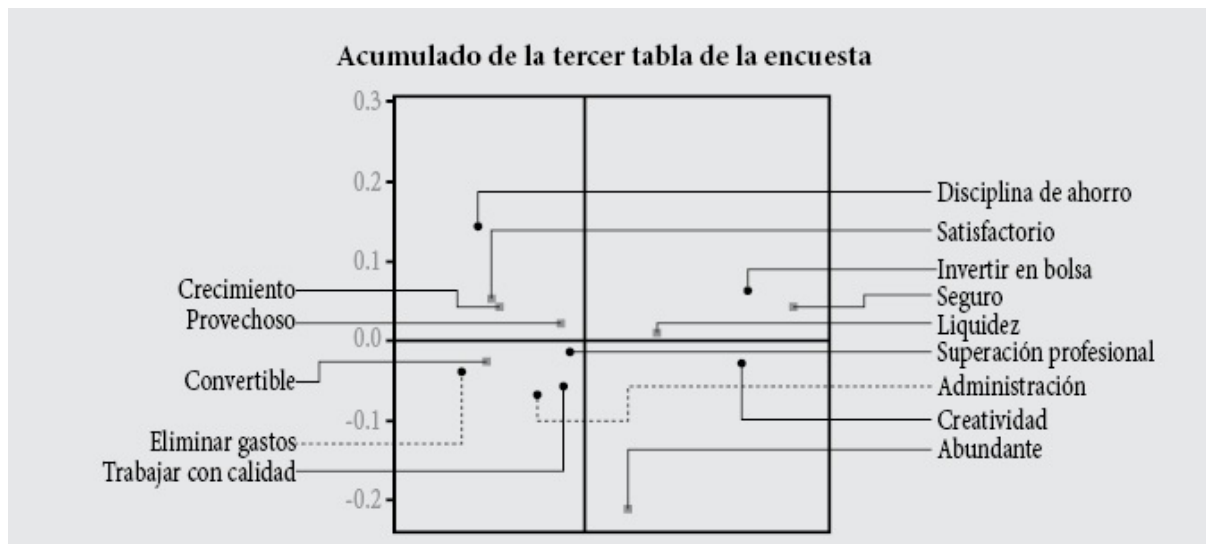
Como es común en diferentes campos del conocimiento que se aplique, las celdas indican las frecuencias (Zare, Shahsavari, Mehrabani & Saberi-Firoozi, 2012; Li, Sun, & Dong, 2010; Lu, Mel, Wang & Zhang, 2012; Beh, 2012; Yu, Zhao, Hu, Zeng & Bai, 2012).

El fundamento en que nos basamos para la aplicación del análisis de correspondencias, a la tabla “Acumulado de la tercer tabla de la encuesta”, es el siguiente:

Podemos suponer, que cada profesionalista, al llenar la “Segunda Tabla de la encuesta” su participación vale por 28 encuestados, que es la suma de números de cada renglón, lo que permite que asigne 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 a las diferentes cualidades en cada acción.

Benzécri (1980), Volle (1981), Lebart, Morineau, y Fenelon (1979), y presentan ejemplos de interpretación de las gráficas producto del análisis de correspondencias

La gráfica “Acumulado de la tercer tabla de la encuesta”, se elaboró con la tabla “Acumulado de la tercer tabla de la encuesta”, y nos muestra la interdependencia entre acciones y cualidades.



Entre las cualidades se advierte la proximidad entre satisfactorio y crecimiento y la lejanía de estos con seguro, validando el principio de que a mayor rentabilidad mayor riesgo. En las acciones observamos próximas a superación profesional, trabajar con calidad y, lejanas, eliminar gastos e invertir en bolsa. Esta polaridad refleja la agresividad del administrador. Se pueden observar éstas y otras relaciones muy interesantes.

Conclusiones

En nuestro estudio nos propusimos probar las hipótesis: 1. Existe un conjunto de cualidades asociadas con el patrimonio ideal; 2. Existe un conjunto de acciones concretas tendientes a lograr el patrimonio ideal; 3. Existe acuerdo por los participantes en la importancia relativa de las cualidades asociadas con el patrimonio ideal; 4. Existe acuerdo por los participantes en la importancia relativa de las acciones emprendidas para formar el patrimonio ideal. La totalidad de las hipótesis se probó, las dos primeras mediante la técnica de focus group y las hipótesis 3 y 4 se probaron con la concordancia (acuerdo) con el índice de Kendall y la Kappa de Fleiss, rechazando en los dos casos con las dos pruebas la hipótesis nula con significancias de 0.0007, 0.0331, 0.0002 y 0.0072, respectivamente (ver apéndice).

Utilizamos el análisis factorial de correspondencias a partir del concentrado de la tabla "Acumulado de la tercer tabla de la encuesta", de la gráfica, y obtenemos relaciones entre las cualidades satisfactorio y crecimiento, y la lejanía de estos con seguro, validando el principio de que a mayor rentabilidad mayor riesgo. En las acciones observamos próximas a superación profesional y trabajar con calidad y, lejanas, eliminar gastos e invertir en bolsa. Esta polaridad refleja la agresividad del administrador.

En la revisión de la literatura se manifiesta la importancia que ha cobrado el tema, de manera que los trabajos de sobre este tema tienen buena audiencia.

Referencia bibliográfica

- ACOCCELLA, I. (2012). The focus groups in social research: advantages and disadvantages. *Quality & Quantity*, 46(4), 1125-1136. doi:10.1007/s11135-011-9600-4
- ALTIPARMAKOV, N. (2011). Análisis macrofinanciero de las reformas de los sistemas de pensiones en los países emergentes de Europa: el rendimiento de las cuentas individuales de ahorro para la jubilación y las lecciones de políticas para Serbia. *Revista Internacional de Seguridad Social*, 64(2), 25-49.
- ARCHER, S. (2012). "Can PRPPs Save Retirement?", *Plans & Trusts*, 30(2), 7-9.
- ARGANDOÑA, A., MORENO, C. & SOLÀ, J. (2009). "Corporate Social Responsibility in the First Years of Caja de Pensiones para la Vejez y de Ahorros". *Journal of Business Ethics*, 89, 333-346.
- BEH, E. J. (2012). Simple correspondence analysis using adjusted residuals. *Journal of Statistical Planning and Inference*, 142(4), 965-973. doi:10.1016/j.jspi.2011.11.004

- BENZÉCRI, J. P. (1980). *L'analyse des correspondances*. Paris: Dunod.
- BERTRAND, J., BROWN, J. & WARD, V. (1992). Techniques for analyzing focus group data. *Evaluation Review*, 16(2), 198-209.
- GREENACRE, M. J. (2007). *Correspondence Analysis in Practice*. Second Edition. London: Chapman & Hall / CRC Press. Published in Spanish translation by the Fundación BBVA, Madrid.
- GUZMÁN, D. V. & RANGEL, E. B. (2013). Consideraciones metodológicas y el contexto histórico del ahorro y los adultos mayores en México. *Methodological Considerations and Historical Context of Savings and Older Adults in México.*, 22(43), 218-251.
- KLEIN, A. M. (2010). Even Crickets Can Save for Retirement, with a Little Help from Their Employers. *Journal of Pension Benefits: Issues in Administration*, 17(2), 18-23.
- LEBART, L., MORINEAU, A. & FENELON, J.-P. (1979). *Traitément des données statistiques : methodes et programmes*. Paris: Dunod.
- LI, B. H., SUN, Z. Q. & DONG, S.-F. (2010). "Correspondence Analysis and Its Application in Oncology". *Communications in Statistics-Theory and Methods*, 39(7), 1229-1236.
- LÓPEZ, S. F., BÚA, M. V., GONZÁLEZ, L. O. & PAZOS, D. R. (2012). El ahorro para la jubilación en la UE: un análisis de sus determinantes. (spanish). "Saving for retirement in eu: an analysis of its determinants", (31), 111-135.
- LU, S., MELI, WANG, J. & ZHANG, H. (2012). Fatality and influence factors in high-casualty fires: A correspondence analysis. *Safety Science*, 50(4), 1019-1033. doi:10.1016/j.ssci.2011.12.006
- _____, "MANY HOSPITAL EMPLOYEES DON'T SAVE FOR RETIREMENT" (1998). *Nursing Management*, 29(11), 17-17.
- OPIELA, N. (2001). Tough Choices: Helping Parents Save for College and Retirement. *Journal of Financial Planning*, 14(6), 68.
- VIDAL, E. L. K. (2008). Desempeño del sistema de ahorro para el retiro en México. (Spanish). *Análisis Económico*, 23(54), 157-173.
- VOLLE, M. (1981). *Analyse des données*. Paris: Economica.
- YU, X., ZHAO, M., HU, J., ZENG, S. & BAI, X. (2012). Correspondence analysis of antioxidant activity and UV-Vis absorbance of Maillard reaction products as related to reactants. *Lwt-Food Science and Technology*, 46(1), 1-9.
- ZARE, N., SHAHSAVARI, S., MEHRABANI, D. & SABERI-FIROOZI, M. (2012). Migraine risk factors in Qashqai migrating nomads: An adjusted múltiple correspondence analysis approach. *Pakistan Journal of Medical Sciences*, 28(3), 560-563.

Apéndice

Análisis de concordancia de atributos para A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8

Entre evaluadores

Acuerdo de evaluación

No. de inspeccionados	No. de coincidencias	Porcentaje	IC de 95%
7	0	0.00	(0.00, 34.82)

No. de coincidencias: Todas las estimaciones de los evaluadores coinciden entre sí.

Estadísticas Kappa de Fleiss

Respuesta	Kappa	Error estándar de Kappa	Z	P(vs > 0)
1	0.208333	0.0714286	2.91667	0.0018
2	0.083333	0.0714286	1.16667	0.1217
3	0.000000	0.0714286	0.00000	0.5000
4	0.041667	0.0714286	0.58333	0.2798
5	-0.041667	0.0714286	-0.58333	0.7202
6	0.000000	0.0714286	0.00000	0.5000

7	0.083333	0.0714286	1.16667	0.1217
General	0.053571	0.0291606	1.83712	0.0331

Coefficiente de concordancia de Kendall

Coef	Chi-cuad.	GL	P
0.488839	23.4643	6	0.0007

* NOTA * Ensayo individual por cada evaluador. No se ha graficado ningún porcentaje de concordancia de evaluación individual por evaluador.

Análisis de concordancia de atributos para B1, B2, B3, B4, B5, B6, B7, B8

Entre evaluadores

Acuerdo de evaluación

No. de inspeccionados	No. de coincidencias	Porcentaje	IC de 95%
7	0	0.00	(0.00, 34.82)

No. de coincidencias: Todas las estimaciones de los evaluadores coinciden entre sí.

Estadísticas Kappa de Fleiss

Respuesta	Kappa	Error estándar de Kappa	Z	P(vs > 0)
1	-0.041667	0.0714286	0.58333	0.7202
2	0.000000	0.0714286	0.00000	0.5000
3	0.125000	0.0714286	1.75000	0.0401
4	-0.041667	0.0714286	-0.58333	0.7202
5	0.083333	0.0714286	1.16667	0.1217
6	0.000000	0.0714286	0.00000	0.5000
7	0.375000	0.0714286	5.25000	0.0000
General	0.071429	0.0291606	2.44949	0.0072

Coefficiente de concordancia de Kendall

Coef	Chi-cuad.	GL	P
0.553571	26.5714	6	0.0002

* NOTA * Ensayo individual por cada evaluador. No se ha graficado ningún porcentaje de concordancia de evaluación individual por evaluador.

Análisis de correspondencia simple

La tabla de análisis de contingencia

Eje	Inercia	Proporción	Acumulada	Histograma
1	0.0184	0.6507	0.6507	*****
2	0.0050	0.1755	0.8262	*****
3	0.0031	0.1093	0.9355	*****
4	0.0015	0.0542	0.9897	**

5	0.0003	0.0097	0.9994	
6	0.0000	0.0006	1.0000	
Total	0.0282			

Contribuciones de las filas

Componente 1

ID	Nombre	Cal	Total	Inercia	Coord	Corr	Contr
1	Superación profesional	0.047	0.143	0.062	-0.020	0.032	0.003
2	Trabajar con calidad	0.371	0.143	0.054	-0.028	0.073	0.006
3	Invertir en bolsa	0.976	0.143	0.236	0.204	0.891	0.323
4	Disciplina de AHORRO	0.994	0.143	0.198	-0.137	0.476	0.145
5	Administración	0.611	0.143	0.069	-0.061	0.267	0.029
6	Creatividad	0.987	0.143	0.204	0.197	0.968	0.303
7	Eliminar gastos	0.748	0.143	0.176	-0.157	0.704	0.191

Componente 2

ID	Nombre	Coord	Corr	Contr
1	Superación profesional	-0.014	0.015	0.005
2	Trabajar con calidad	-0.056	0.298	0.091
3	Invertir en bolsa	0.063	0.085	0.115
4	Disciplina de AHORRO	0.143	0.518	0.586
5	Administración	-0.069	0.344	0.136
6	Creatividad	-0.028	0.019	0.022
7	Eliminar gastos	-0.039	0.044	0.044

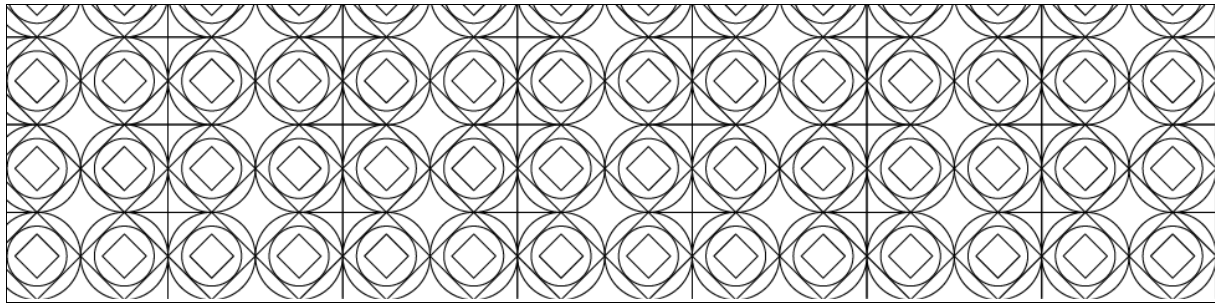
Contribuciones de columnas

Componente 1

ID	Nombre	Cal	Total	Inercia	Coord	Corr	Contr
1	Crecimiento	0.426	0.103	0.116	-0.108	0.369	0.066
2	Seguro	0.995	0.148	0.374	0.263	0.970	0.558
3	Liquidez	0.924	0.164	0.051	0.090	0.910	0.072
4	Abundante	0.946	0.087	0.154	0.053	0.057	0.013
5	Satisfactorio	0.749	0.152	0.121	-0.119	0.635	0.118
6	Convertible	0.783	0.194	0.143	-0.125	0.749	0.165
7	Provechoso	0.194	0.151	0.039	-0.031	0.130	0.008

Componente 2

ID	Nombre	Coord	Corr	Contr
1	Crecimiento	0.042	0.057	0.038
2	Seguro	0.043	0.026	0.055
3	Liquidez	0.011	0.014	0.004
4	Abundante	-0.211	0.890	0.783
5	Satisfactorio	0.051	0.114	0.079
6	Convertible	-0.027	0.034	0.028
7	Provechoso	0.022	0.065	0.014



Propuesta para una herramienta financiera de diagnóstico de la sustentabilidad en una empresa del sector de la construcción en el estado de Aguascalientes

BRENDA ISABEL PÉREZ MÉNDEZ
FELIPE DE JESÚS SALVADOR LEAL MEDINA
ROBERTO GONZÁLEZ ACOLT

Resumen

Debido a las exigencias financieras y al alto grado de competencia en el sector de la construcción, se planteó como objetivo: evaluar la información financiera generada por la empresa del sector de la construcción en el estado de Aguascalientes, en cuestión de sustentabilidad, de 2004 a 2013, identificando las mejores prácticas en sustentabilidad para seleccionar las que se adapten mejor al sector de la construcción y en particular a la empresa en cuestión, diseñando una herramienta financiera de apoyo para la evaluación del impacto de las acciones sustentables en la rentabilidad de la empresa, ofreciendo una propuesta sustentable que incremente la rentabilidad de la empresa y mejore su desempeño de forma integral. Cabe señalar que el método de investigación es mixto, ya que se analizaron factores cualitativos, como estrategias implementadas, y factores cuantitativos como estados financieros históricos de la empresa, de los años 2004 a 2013, por cientos integrales, razones financieras, tendencias, entre otros.

Se concluyó que la empresa del sector de la construcción realizó, en el año 2013, acciones financieras a favor de la sustentabilidad en cuestión medio ambiental y social por \$7,564,630 pesos corrientes de 2013. Respecto a las mejores prácticas sustentables, se consideraron las siguientes instituciones: el Pacto Mundial de la ONU, ISO, GRI y CMIC, con una tendencia de complementación entre estos. En la propuesta sustentable recomendada a la empresa, se identificaron tres áreas de oportunidad: económico, medio ambiental y social, con el fin de incrementar la rentabilidad y generar valor agregado.

Antecedentes

El desarrollo sustentable inició en la década de los setenta, a raíz de la concientización del deterioro irracional acumulado desde la Revolución Industrial, provocado por la búsqueda del crecimiento sostenido, pero no sustentable, alimentado por la creencia de que el único camino al progreso se alcanzaría mediante la actividad industrializadora a costa de los efectos negativos que pudiera tener (Salcedo, 2010) y es a través de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, mejor conocida como la Conferencia de Estocolmo, celebrada en Suecia del 5 al 16 de junio de 1972, que se acordó una declaración de siete puntos y una resolución de veintiséis principios con los que se buscaba tener una visión y principios comunes para guiar al mundo en la preservación y mejora del medio ambiente.

Adicional a esto, como lo menciona Merchán (2001), han sucedido otros acontecimientos internacionales relevantes, dentro de los cuales se encuentran: el Congreso Internacional sobre la Educación y la Formación de Personal Relativo al Medio Ambiente, en Moscú, en 1987; ese mismo año se publicó el reporte conocido como "El Informe Brundtland", originalmente nombrado "Nuestro Futuro Común", donde se establece por primera vez de manera oficial la descripción del concepto desarrollo sustentable, generalmente aceptado hasta nuestros días, que vincula el desarrollo con el medio ambiente. El documento indica lo siguiente: es el desarrollo que satisface las necesidades presentes sin comprometer a las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades y es partir de entonces que se volvió universal la idea de sustentabilidad como referencia obligada de las políticas ambientales y del crecimiento económico.

Posteriormente, en 1997, se desarrolló la Conferencia Intergubernamental sobre Educación Ambiental, en Tbilisi, mientras que en el año 2000 el Banco Mundial desarrolló un modelo para el control de la contaminación industrial (Romo, 2005), como se muestra a continuación:

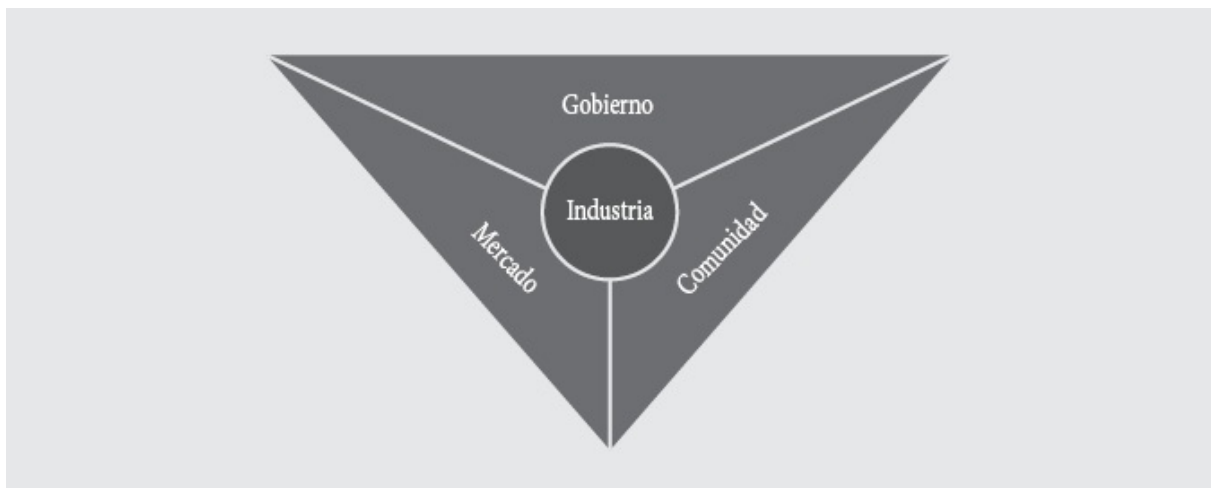


Figura 1. Modelo para el Control de la Contaminación Industrial, propuesto por el Banco Mundial en 2000 (Romo, 2005).

Ahora bien, en México, el proceso de concientización en cuestión sustentable ha sido gradual a partir de su ingreso al GATT —por sus siglas en inglés—, institución predecesora de la Organización Mundial de Comercio. Como se puede observar en el diagrama siguiente, el proceso de integración de la economía mexicana ha mostrado una tendencia internacional a partir de los años ochenta (Romo, 2005).

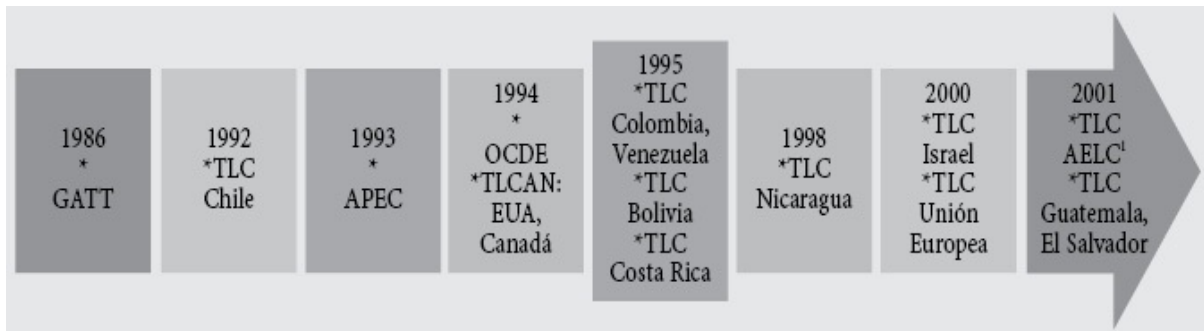


Figura 2. Proceso de Integración Global de la Economía Mexicana 1986-2001. (Romo, 2005).

Después de analizar la evolución del proceso de integración de la economía mexicana, es importante considerar la evolución y el aprendizaje en materia de sustentabilidad para la industria a nivel interno en México (Romo, 2005). Como se observa en el cuadro siguiente, la consolidación del concepto de desarrollo sustentable ha madurado a través de varias etapas.

		1ª era complacencia	2ª era Más allá de la complacencia	3ª era Ecoeficiencia	4ª era Desarrollo sustentable
					Diseño sustentable
					Sistemas de admn. integrados
					Contabilidad de costos ambientales
					Product stewardship/ DFE/ LCA
					TQEM*/ Sistema de administración ambiental
					Participación de accionistas
					Prevención de contaminación/ minimización de desperdicios
					Control de contaminantes/ complacencia
Respuesta Corporativa	Antes de 1970 sin preparación	1970 Reactiva	1980 Anticipatoria	1990 Proactiva	2000 Alta integración
Metas de la industria	Ninguna	Estándares regulatorios	Evitar costos *Reducción de impacto *Liderazgo *Protección legitimada *Ventaja competitiva *Partnerships	Enfoque de centro de ganancias *Ecoeficiencia *Desmaterialización *Administración ambiental estratégica	Dirección explícita de metas ambientales *Admón. de costo ambiental *Productividad de recursos *Productos de servicios *Marco del natural step

Figura 3. Curva de aprendizaje de la Industria en México. (Romo, 2005).

A la par de la inclusión de México como nación en las políticas sustentables, en el estado de Aguascalientes, siendo una zona semiárida, la importancia del agua es trascendente para el estado, por lo que es de esperarse que el indicador más antiguo del que se tiene registro a nivel estatal, en el Sistema de Indicadores Ambientales, es sobre este rubro, como es el caso del Nivel de Abatimiento de los Acuíferos del Estado de Aguascalientes con registros desde 1965, según datos de la página de internet de la Secretaría del Medio Ambiente del Estado de Aguascalientes:

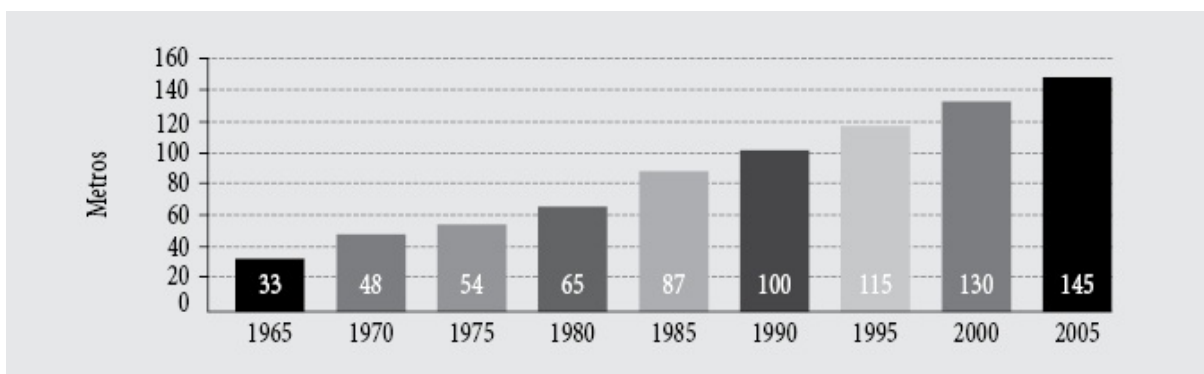


Figura 4. Nivel de abatimiento de los acuíferos del Estado de Aguascalientes (Gobierno del Estado de Aguascalientes, 2009).

En el sector de la construcción se han registrado avances en la cuestión sustentable como indica la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC, 2014), al contar con una política de responsabilidad social corporativa o empresarial a nivel nacional, teniendo por objetivo establecer una cultura socialmente responsable basada en la mejora continua tanto de la CMIC y de sus socios, contribuyendo al bien común estableciendo un modelo de responsabilidad social integral denominada MORSI, además de ser miembro de la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (Aliarse).

Propósito de la investigación

Justificación

La empresa del sector de la construcción sujeta al estudio se encuentra en un periodo de profesionalización y crecimiento, por lo que es de vital importancia mantener un control financiero eficiente para incrementar la rentabilidad de la empresa y la generación de valor agregado a través de la evaluación de su situación financiera hasta el momento en cuestión de sustentabilidad, identificando las mejores prácticas en sustentabilidad para diseñar una herramienta financiera de apoyo que evalúe su desempeño, ofreciendo como resultado de este trabajo una propuesta sustentable que mejore la rentabilidad de la empresa de forma integral.

Objetivos

- .. Evaluar la información financiera generada por la empresa del sector de la construcción en el estado de Aguascalientes, en cuestión de sustentabilidad.
- i. Identificar las mejores prácticas en sustentabilidad y seleccionar las que se adapten mejor al sector de la construcción y en particular a la empresa en cuestión.
- i. Diseñar una herramienta financiera de apoyo para la evaluación del impacto de las acciones sustentables en la rentabilidad de la empresa.
- i. Ofrecer una propuesta sustentable que incremente la rentabilidad de la empresa y mejoren su desempeño de forma integral.

Diagnóstico de la empresa

Se analizó la operación de una empresa del sector de la construcción del estado de Aguascalientes, fundada en 1985 en esta ciudad, y cuya función principal es la construcción y mantenimiento de obras de infraestructura pública y privada a nivel local, que representa un 87% de \$74,678,904 pesos según el estado de resultados del 01 de enero al 31 de diciembre de 2013. Además, cuenta con diez trabajadores administrativos, mientras que para la operación de las obras subcontrata personal de manera variable, en función de los proyectos vigentes que atiende. Además, cuenta con una administración centralizada en su dueño y socio mayoritario que mantiene un estilo de liderazgo transformacional. De acuerdo con el INEGI, y aplicando la fórmula para la estratificación de los establecimientos del Censo Económico de 2009 sobre micro, pequeña, mediana y gran empresa [(Trabajadores) (10%)] + [(Ventas Anuales) (90%)], a los valores de la empresa del sector de la construcción, se obtuvo:

Concepto	%	Importe
No. Trabajadores	10%	10
Ventas Anuales	90%	\$ 74,678,904
Cálculo		\$ 67,211,015
Rango Ventas (Millones de pesos)		67
Tipo de sector: industria Estratificación de la Empresa Pequeña		

Metodología

El método de investigación es mixto, debido a que se analizaron factores cualitativos como estrategias implementadas y se estudiaron factores cuantitativos como estados financieros históricos de la empresa y movimientos auxiliares. Se analizó la información de la empresa a través de la herramienta financiera mediante una aplicación del programa Excel, en donde se capturaron los balances generales y estados de resultados de la empresa del sector de la construcción pertenecientes a los ejercicios 2004 a 2013, a pesos corrientes. Además se construyó un compendio de razones financieras, tomando por referencia a los autores Gitman y Zutter (2012), González (2009) y Morales (2002). Con los resultados obtenidos se graficaron las tendencias de los diez años observados. Además, se realizaron entrevistas al personal de la empresa para conocer estrategias a través de técnicas como visitas programadas por semana a la empresa durante tres meses, con un total de 300 para recolectar información y confrontar datos.

Avances y resultados

Los organismos que se consideraron para el análisis de las mejores prácticas son:

Criterios	Pacto Mundial	GRI G4	ISO 14 000	ISO 26 000
Aplicación mundial	A partir de 1999	A partir de 1997	A partir de 1996	A partir de 2010
Categorías	*Medio ambiente *Derechos humanos *Estándares laborales *Anticorrupción	*Medio ambiente *Contenidos básicos *Economía *Desempeño social	*Gestión ambiental	*Medio ambiente *Derechos humanos *Prácticas laborales *Gobernanza *Prácticas Operación *Consumidores *Desarrollo *Comunidad
Proceso	*Enviar carta a la ONU apoyando el Pacto Mundial *Aplicar los 10 principios *Publicar y comunicar progreso	*Registro de la memoria de sostenibilidad *Presentación contenido: esencial o exhaustiva * Publicación de memoria	*Autoevaluación y Construcción de Procedimientos Ambientales *Auditorías gestión ambiental *Medidas correctivas	*Reconocimiento de la Responsabilidad Social (R. S) *Integración de la R. S en las decisiones *Revisión, comunicación y mejora de prácticas
Resultados	Publicación de informe	Memoria de sostenibilidad	Certificación	Mejora continua
Periodicidad	Mínimo Anual	Anual a criterio de la empresa	Mínimo una vez al año	No se indica periodo
Costo	Aportaciones voluntarias	Gratuita	Manual 38 Francos Suizos	Norma 198 Francos Suizos
Ventajas	*Mejora valor de la marca *Intercambio de información y aprendizaje *Gestión empresarial y evaluación interna *Transparencia y confianza	* Mejora la lealtad a la marca, producto, servicio Ventaja competitiva *Comprensión de riesgos y oportunidades *Evaluación de la empresa y su cadena de suministros	*Mejor imagen de la compañía, ventaja competitiva *Reduce riesgos *Ver exigencias consumidores, * Conservación de recursos, reduce costos, aumenta calidad	*Ventaja competitiva, mayor reputación *Atraer y retener clientes, trabajadores o usuarios *Motivación, compromiso y productividad * Mejor percepción inversionistas, donantes, mercado
Desventajas	No participan empresas con menos de 10 empleados			No certificable

Fuente: Elaboración propia.

Por lo que respecta a las mejores prácticas en cuestión de sustentabilidad, de acuerdo con el modelo MORSI de la CMIC (2013), la tendencia en cuestión de sustentabilidad es la conjunción de varias metodologías, como se muestra en la figura siguiente:

Gestión	Medio Ambiente	Calidad de Vida	Vinculación con la Comunidad	Ética Empresarial	Calidad	
Tener	Separar en la delegación la	Otorgar y promover con el personal que	Participar en algún	Tomar el curso de	Realizar una encuesta de satisfacción	Nivel Básico

<p>Reunirse internamente en su delegación y elaborar minutos de seguimiento en RSE</p>	<p>Reportar los avances de su delegación en RSE al comité Nacional de RSE de la CMIC</p>	<p>Participar en las reuniones de comités delegacionales de RSE que organice la CMIC (incluye evento anual)</p>	<p>Obtener premios y/o distinciones de responsabilidad Social (ejemplo: Distintivo ESR o Premio de Ética y valores en la industria (CONCAMIN))</p>	<p>basura en orgánica e inorgánica (Aplicar las 3R: Reducir, Reutilizar y Reciclar)</p>	<p>Concientizar con cursos, talleres e información a los afiliados para llevar a cabo prácticas de preservación y cuidados del medio ambiente</p>	<p>Promover y apoyar a los afiliados en el correcto manejo de residuos y el aprovechamiento racional de materiales de construcción y reportar su CO/2 a la CMIC</p>	<p>Contar con una certificación de Medio Ambiente (Ejemplo: ISO 14,000, industria Limpia) (si por su tamaño no aplica, entonces apoyar a que sus afiliados cuenten con ella)</p>	<p>trabaja en la delegación cursos, talleres y/o capacitación superior a la que exige la ley</p>	<p>Capacitar con calidad la mano de obra de las empresas afiliadas y proporcionar una certificación de habilidades</p>	<p>Contar con una certificación de Calidad de Vida (Ejemplo: Empresa familiarmente responsable, equidad de genero, etc.)</p>	<p>en algún programa o proyectos de desarrollo social</p>	<p>Tener planes y acuerdos de participación en casos de desastres naturales en coordinación con las dependencias estatales y municipales</p>	<p>Participar con algún programa de desarrollo social interno de la CMIC o ICIC (Eje. Proyecto de valores en la comunidad, Maquinaria o personal en algún desastre natural</p>	<p>Curso de implantación del código de Ética y valores</p>	<p>Participa en procesos de licitaciones de obra pública y dar fe de que los procesos se lleven a cabo de acuerdo a la ley</p>	<p>Creación de un programa de combate a la corrupción y celebrar convenios de colaboración con distintas instituciones.</p>	<p>de afiliados de los servicios de la Delegación y atender las áreas de oportunidad</p>	<p>Contar con una política de calidad, que se este implantando y midiendo dentro de la delegación</p>	<p>Contar con una certificación de Calidad (Ejemplo: ISO 9000)</p>	<p>01</p>
<p>Reunirse internamente en su delegación y elaborar minutos de seguimiento en RSE</p>	<p>Reportar los avances de su delegación en RSE al comité Nacional de RSE de la CMIC</p>	<p>Participar en las reuniones de comités delegacionales de RSE que organice la CMIC (incluye evento anual)</p>	<p>Obtener premios y/o distinciones de responsabilidad Social (ejemplo: Distintivo ESR o Premio de Ética y valores en la industria (CONCAMIN))</p>	<p>Demostrar la disminución en consumos: de luz, agua, papel y transporte, así como los beneficios de aplicar las 3 R.</p>	<p>Concientizar con cursos, talleres e información a los afiliados para llevar a cabo prácticas de preservación y cuidados del medio ambiente</p>	<p>Promover y apoyar a los afiliados en el correcto manejo de residuos y el aprovechamiento racional de materiales de construcción y reportar su CO/2 a la CMIC</p>	<p>Contar con una certificación de Medio Ambiente (Ejemplo: ISO 14,000, industria Limpia) (si por su tamaño no aplica, entonces apoyar a que sus afiliados cuenten con ella)</p>	<p>Otorgar prestaciones al personal superiores a los que exige la ley (diferente a la capacitación)</p>	<p>Capacitar con calidad la mano de obra de las empresas afiliadas y proporcionar una certificación de habilidades</p>	<p>Contar con una certificación de Calidad de Vida (Ejemplo: Empresa familiarmente responsable, equidad de genero, etc.)</p>	<p>Llevar a cabo algún voluntariado o participar en programas de voluntariado</p>	<p>Tener planes y acuerdos de participación en casos de desastres naturales en coordinación con las dependencias estatales y municipales</p>	<p>Participar con algún programa de desarrollo social interno de la CMIC o ICIC (Eje. Proyecto de valores en la comunidad, Maquinaria o personal en algún desastre natural</p>	<p>Diseñar y poner en práctica una campaña interna de adopción de valores en la delegación</p>	<p>Participa en procesos de licitaciones de obra pública y dar fe de que los procesos se lleven a cabo de acuerdo a la ley</p>	<p>Creación de un programa de combate a la corrupción y celebrar convenios de colaboración con distintas instituciones.</p>	<p>Demostrar un incremento en el número de afiliados con respecto del año anterior. Y cual fue la estrategia para lograrlo</p>	<p>Contar con una política de calidad, que se este implantando y midiendo dentro de la delegación</p>	<p>Contar con una certificación de Calidad (Ejemplo: ISO 9000)</p>	<p>Nivel Intermedio 02</p>
<p>Reportar los avances de su delegación en RSE al comité Nacional de RSE de la CMIC</p>	<p>Participar en las reuniones de comités delegacionales de RSE que organice la CMIC (incluye evento anual)</p>	<p>Obtener premios y/o distinciones de responsabilidad Social (ejemplo: Distintivo ESR o Premio de Ética y valores en la industria (CONCAMIN))</p>	<p>Obtener premios y/o distinciones de responsabilidad Social (ejemplo: Distintivo ESR o Premio de Ética y valores en la industria (CONCAMIN))</p>	<p>Concientizar con cursos, talleres e información a los afiliados para llevar a cabo prácticas de preservación y cuidados del medio ambiente</p>	<p>Promover y apoyar a los afiliados en el correcto manejo de residuos y el aprovechamiento racional de materiales de construcción y reportar su CO/2 a la CMIC</p>	<p>Promover y apoyar a los afiliados en el correcto manejo de residuos y el aprovechamiento racional de materiales de construcción y reportar su CO/2 a la CMIC</p>	<p>Contar con una certificación de Medio Ambiente (Ejemplo: ISO 14,000, industria Limpia) (si por su tamaño no aplica, entonces apoyar a que sus afiliados cuenten con ella)</p>	<p>Promover y apoyar a sus afiliados para que brinden en sus empresas condiciones dignas de trabajo (pago, salud, seguridad, entre otros)</p>	<p>Capacitar con calidad la mano de obra de las empresas afiliadas y proporcionar una certificación de habilidades</p>	<p>Contar con una certificación de Calidad de Vida (Ejemplo: Empresa familiarmente responsable, equidad de genero, etc.)</p>	<p>Implementar las retenciones del 1 al millar para apoyar los programas del Sistema DIF o proyecto similar</p>	<p>Tener planes y acuerdos de participación en casos de desastres naturales en coordinación con las dependencias estatales y municipales</p>	<p>Participar con algún programa de desarrollo social interno de la CMIC o ICIC (Eje. Proyecto de valores en la comunidad, Maquinaria o personal en algún desastre natural</p>	<p>Lograr la adhesión a nuestro código de ética de las empresas que se afilien a la delegación (llevar relación de cartas firmadas</p>	<p>Participa en procesos de licitaciones de obra pública y dar fe de que los procesos se lleven a cabo de acuerdo a la ley</p>	<p>Creación de un programa de combate a la corrupción y celebrar convenios de colaboración con distintas instituciones.</p>	<p>Contar con una política de calidad, que se este implantando y midiendo dentro de la delegación</p>	<p>Contar con una certificación de Calidad (Ejemplo: ISO 9000)</p>	<p>Nivel Medio 03</p>	
<p>Reportar los avances de su delegación en RSE al comité Nacional de RSE de la CMIC</p>	<p>Participar en las reuniones de comités delegacionales de RSE que organice la CMIC (incluye evento anual)</p>	<p>Obtener premios y/o distinciones de responsabilidad Social (ejemplo: Distintivo ESR o Premio de Ética y valores en la industria (CONCAMIN))</p>	<p>Obtener premios y/o distinciones de responsabilidad Social (ejemplo: Distintivo ESR o Premio de Ética y valores en la industria (CONCAMIN))</p>	<p>Concientizar con cursos, talleres e información a los afiliados para llevar a cabo prácticas de preservación y cuidados del medio ambiente</p>	<p>Promover y apoyar a los afiliados en el correcto manejo de residuos y el aprovechamiento racional de materiales de construcción y reportar su CO/2 a la CMIC</p>	<p>Promover y apoyar a los afiliados en el correcto manejo de residuos y el aprovechamiento racional de materiales de construcción y reportar su CO/2 a la CMIC</p>	<p>Contar con una certificación de Medio Ambiente (Ejemplo: ISO 14,000, industria Limpia) (si por su tamaño no aplica, entonces apoyar a que sus afiliados cuenten con ella)</p>	<p>Promover y apoyar a sus afiliados para que brinden en sus empresas condiciones dignas de trabajo (pago, salud, seguridad, entre otros)</p>	<p>Capacitar con calidad la mano de obra de las empresas afiliadas y proporcionar una certificación de habilidades</p>	<p>Contar con una certificación de Calidad de Vida (Ejemplo: Empresa familiarmente responsable, equidad de genero, etc.)</p>	<p>Implementar las retenciones del 1 al millar para apoyar los programas del Sistema DIF o proyecto similar</p>	<p>Tener planes y acuerdos de participación en casos de desastres naturales en coordinación con las dependencias estatales y municipales</p>	<p>Participar con algún programa de desarrollo social interno de la CMIC o ICIC (Eje. Proyecto de valores en la comunidad, Maquinaria o personal en algún desastre natural</p>	<p>Lograr la adhesión a nuestro código de ética de las empresas que se afilien a la delegación (llevar relación de cartas firmadas</p>	<p>Participa en procesos de licitaciones de obra pública y dar fe de que los procesos se lleven a cabo de acuerdo a la ley</p>	<p>Creación de un programa de combate a la corrupción y celebrar convenios de colaboración con distintas instituciones.</p>	<p>Contar con una política de calidad, que se este implantando y midiendo dentro de la delegación</p>	<p>Contar con una certificación de Calidad (Ejemplo: ISO 9000)</p>	<p>Nivel Avanzado 04</p>	
<p>Reportar los avances de su delegación en RSE al comité Nacional de RSE de la CMIC</p>	<p>Participar en las reuniones de comités delegacionales de RSE que organice la CMIC (incluye evento anual)</p>	<p>Obtener premios y/o distinciones de responsabilidad Social (ejemplo: Distintivo ESR o Premio de Ética y valores en la industria (CONCAMIN))</p>	<p>Obtener premios y/o distinciones de responsabilidad Social (ejemplo: Distintivo ESR o Premio de Ética y valores en la industria (CONCAMIN))</p>	<p>Concientizar con cursos, talleres e información a los afiliados para llevar a cabo prácticas de preservación y cuidados del medio ambiente</p>	<p>Promover y apoyar a los afiliados en el correcto manejo de residuos y el aprovechamiento racional de materiales de construcción y reportar su CO/2 a la CMIC</p>	<p>Promover y apoyar a los afiliados en el correcto manejo de residuos y el aprovechamiento racional de materiales de construcción y reportar su CO/2 a la CMIC</p>	<p>Contar con una certificación de Medio Ambiente (Ejemplo: ISO 14,000, industria Limpia) (si por su tamaño no aplica, entonces apoyar a que sus afiliados cuenten con ella)</p>	<p>Promover y apoyar a sus afiliados para que brinden en sus empresas condiciones dignas de trabajo (pago, salud, seguridad, entre otros)</p>	<p>Capacitar con calidad la mano de obra de las empresas afiliadas y proporcionar una certificación de habilidades</p>	<p>Contar con una certificación de Calidad de Vida (Ejemplo: Empresa familiarmente responsable, equidad de genero, etc.)</p>	<p>Implementar las retenciones del 1 al millar para apoyar los programas del Sistema DIF o proyecto similar</p>	<p>Tener planes y acuerdos de participación en casos de desastres naturales en coordinación con las dependencias estatales y municipales</p>	<p>Participar con algún programa de desarrollo social interno de la CMIC o ICIC (Eje. Proyecto de valores en la comunidad, Maquinaria o personal en algún desastre natural</p>	<p>Lograr la adhesión a nuestro código de ética de las empresas que se afilien a la delegación (llevar relación de cartas firmadas</p>	<p>Participa en procesos de licitaciones de obra pública y dar fe de que los procesos se lleven a cabo de acuerdo a la ley</p>	<p>Creación de un programa de combate a la corrupción y celebrar convenios de colaboración con distintas instituciones.</p>	<p>Contar con una política de calidad, que se este implantando y midiendo dentro de la delegación</p>	<p>Contar con una certificación de Calidad (Ejemplo: ISO 9000)</p>	<p>Nivel Avanzado 05</p>	

Figura 5. Modelo de desarrollo rse en las delegaciones de la CMIC (Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, 2013).

De acuerdo con Bader (2008), la Unión Europea formuló en 1997 el modelo de tres pilares de la sustentabilidad, en donde se afirma que la sustentabilidad, además de proteger el patrimonio natural que se hereda a las generaciones futuras, debe considerar los logros económicos y sociales. A continuación se muestra la interacción entre los tres pilares, destacando la importancia de buscar un equilibrio sin menoscabo de ninguna de las partes.

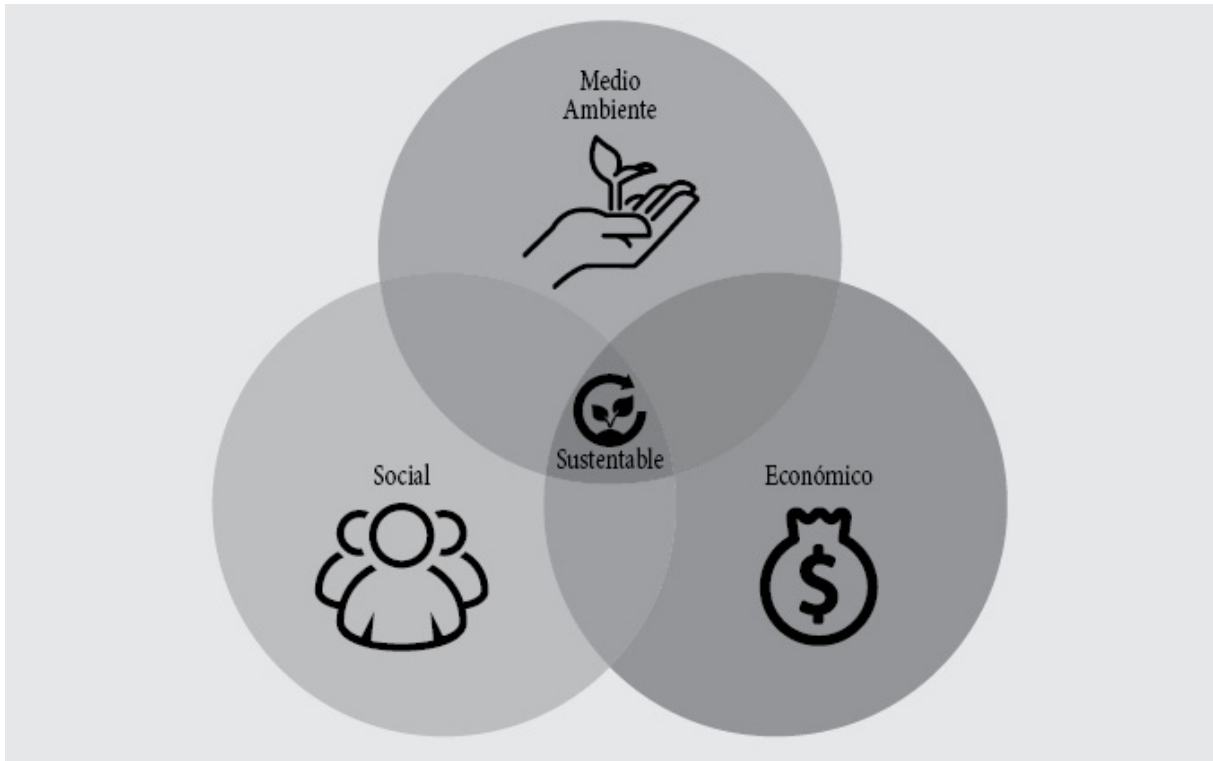


Figura 6. Factores críticos para la Sustentabilidad a evaluar en la empresa del sector de la construcción (Bio: connection, 2013).

Considerando la estrategia del océano azul, se realizó una adaptación para la situación de la empresa del sector de la construcción, que se muestra en la siguiente figura.

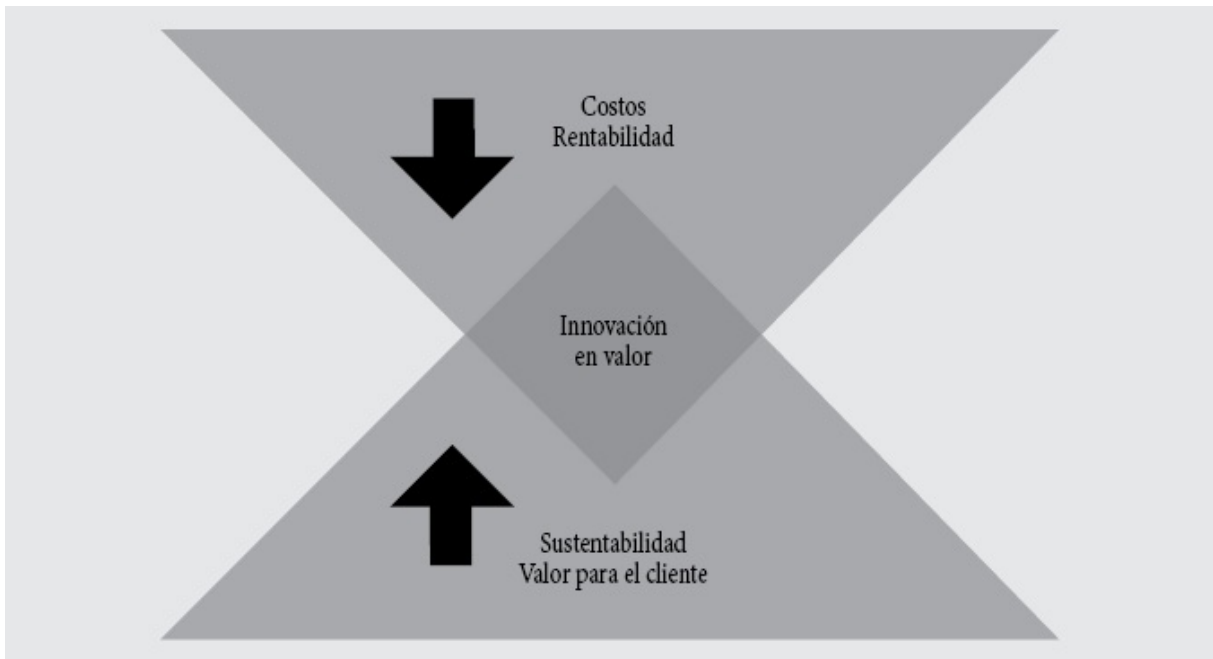


Figura 7. Búsqueda simultánea de diferenciación y bajo costo a implementar en la Herramienta Financiera (Chan, 2005)

Partiendo del análisis de la tendencia del estado de resultados comparativo, al 31 de diciembre, a pesos corrientes de los años 2004 a 2013, se observó:

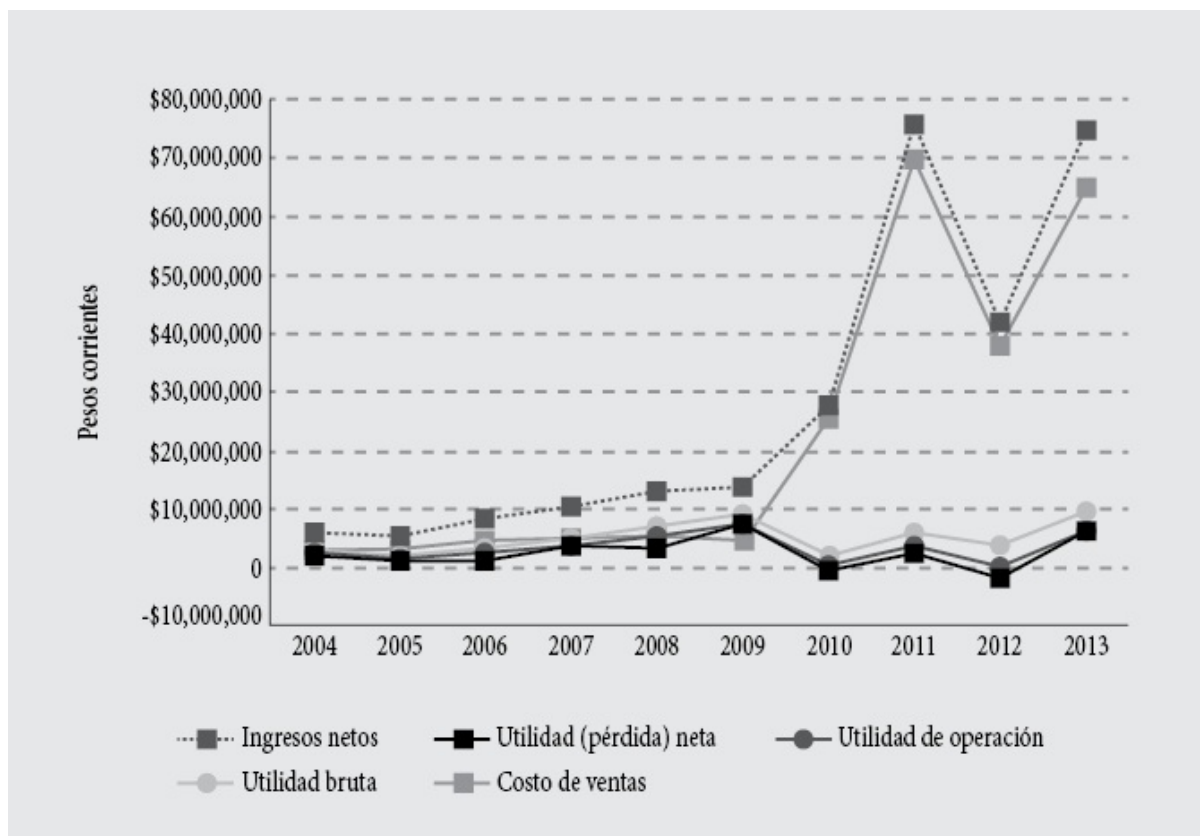


Figura 8. Tendencia de los principales rubros estado de resultados comparativo 04-13.
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los resultados obtenidos del análisis de sustentabilidad del ejercicio 2013 en la empresa del sector de la construcción, se obtuvo la siguiente tabla:

Concepto	2013	%
Inversión Total Sustentabilidad	\$ 7,564,630	100%
Inversión Medio Ambiente	\$ 5,506,919	73%
Inversión Social	\$ 2,057,711	27%

Fuente: Elaboración propia.

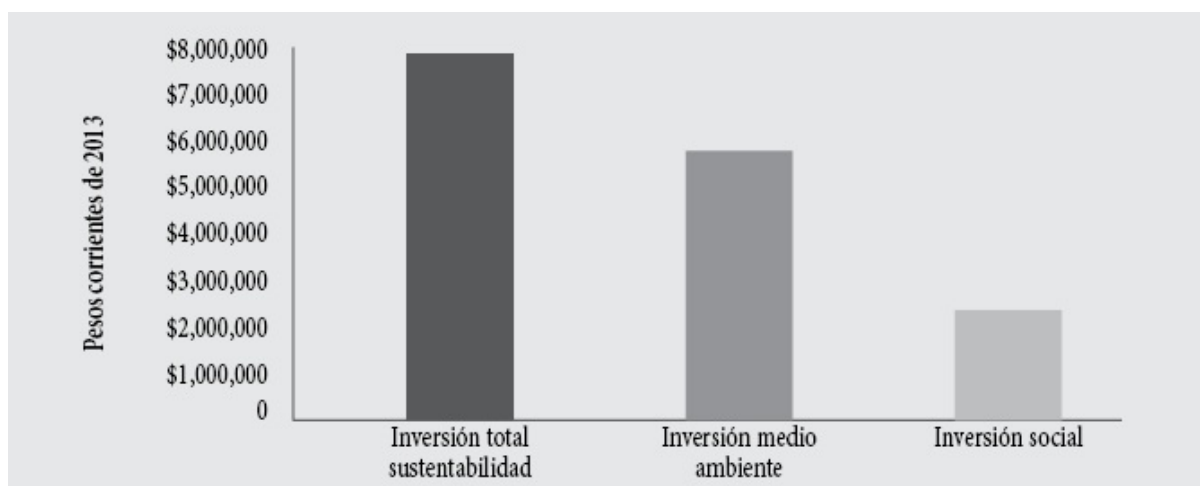


Figura 9. Inversión en sustentabilidad 2013.
Fuente: Elaboración propia.

Para la propuesta sustentable que incremente la rentabilidad de la empresa se utilizó el modelo de tres pilares de la sustentabilidad:

1. Económico: considerando el desempeño económico de la empresa se observó que se tomaron decisiones como: inversión y desinversión, pago de dividendos e incluso, para comparar el rendimiento sobre la inversión que emplea, se recomendó la implementación de un análisis de costo de oportunidad en donde se evalúe el costo de capital promedio ponderado de la empresa. Para lograr lo anterior se realizó una estimación del costo de capital promedio ponderado de la empresa de 2004 a 2013, como se muestra a continuación:

Concepto	Promedio	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Costo de capital promedio ponderado	8.00%	6.77%	7.44%	7.39%	7.69%	10.52%	10.10%	7.08%	7.81%	8.33%	6.84%

3. Medio ambiental: se evaluó financieramente la adquisición de una planta de asfalto estimando los flujos de efectivo futuros para los años 2014 a 2018:

Tabla 5. Diagrama estimación flujo de efectivo estimado 2014-2018				
Análisis Adquisición Planta de Asfalto ADM Modelo SPL 110				
	F1	F2	F3	F4
	\$1,966,480	\$3,254,964	\$4,348,905	\$6,161,107
2014	2015	2016	2017	2018
\$8,287,500				
Costo de Capital Promedio Ponderado 8%				
Fuente: Elaboración propia.				

Tabla 6: Análisis económico estimación de flujos 2014-2018			
Año	Concepto	Pesos de 2014	Acumulado
2014	Inversión Inicial	-\$8,287,500	-\$8,287,500
2015	Flujo 1	1,820,876	-\$6,466,624
2016	Flujo 2	2,790,793	-\$3,675,832
2017	Flujo 3	3,452,646	-\$223,185
2018	Flujo 4	4,529,201	\$4,306,016
Fuente: Elaboración propia.			

Tabla 7. Evaluación Adquisición de Asfaltadora			
Métodos de evaluación		Resultado	Análisis
Tasa Interna de Retorno	TIR	16%	16% > 8%
Valor Presente Neto	VPN	\$4,306,016	\$12,593,516 > \$8,287,500
Periodo de Recuperación		3 año 1 mes	3 años y 1 mes < 5 años
Costo/Beneficio		\$12,593,516	1.519579575 1.52 > 1
		\$8,287,500	

3. Social: en cuanto a los estímulos fiscales que se recomiendan aprovechar para la liberación de recursos e incrementar la rentabilidad de la empresa, se destaca:

Figura 10. Extracto de la declaración anual 2012, presentada en 2013 de la empresa	
Deducciones fiscales no contables	6523263
Ajuste anual por inflación deducible	193482
Adquisiciones de mercancías, materias primas, productos semiterminados o terminados	
Costo de lo vendido fiscal	
Mano de obra directa	
Maquilas	
Gastos indirectos de fabricación	
Deducción de inversiones	403348
Estímulo fiscal por deducción inmediata de inversiones	5138302
Estímulo fiscal de las personas con discapacidad y/o adultos mayores	
Pérdida fiscal en enajenación de acciones	
Pérdida fiscal en enajenación de terrenos y activo fijo	
Intereses moratorios efectivamente pagados	
Otras deducciones fiscales no contables	788131

Por eso, el decreto que compila diversos beneficios fiscales y establece medidas de simplificación administrativas (Diario Oficial de la Federación, 2013), ya que permite una deducción adicional del 25% del salario que sirvió de base para calcular las retenciones de ISR por la contratación de personas de 65 años o más o con discapacidad motriz que requieran permanentemente prótesis, muletas, sillas de ruedas, discapacidad mental, auditiva o de lenguaje en un 80% o más, e invidentes. A continuación se muestra un ejemplo del comparativo entre dichos estímulos:

Tabla 8. Comparativo de estímulos fiscales (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2014)			
Artículo 186 LISR		Decreto 26 de Diciembre de 2013	
Sueldo	\$8,000	Sueldo	\$8,000
Retención del ISR	690	25% del sueldo	2,000
Deducción a aplicar artículo 186 de LISR	\$690	Deducción conforme al Decreto 26/ Diciembre/ 2013	\$2,000

Además, se plantea poder deducir al 100% las inversiones en instalaciones para facilitar el uso y acceso a personas con capacidades diferentes a través de adiciones y mejoras al activo fijo como por ejemplo: rampas, elevadores y estacionamientos.

Conclusiones

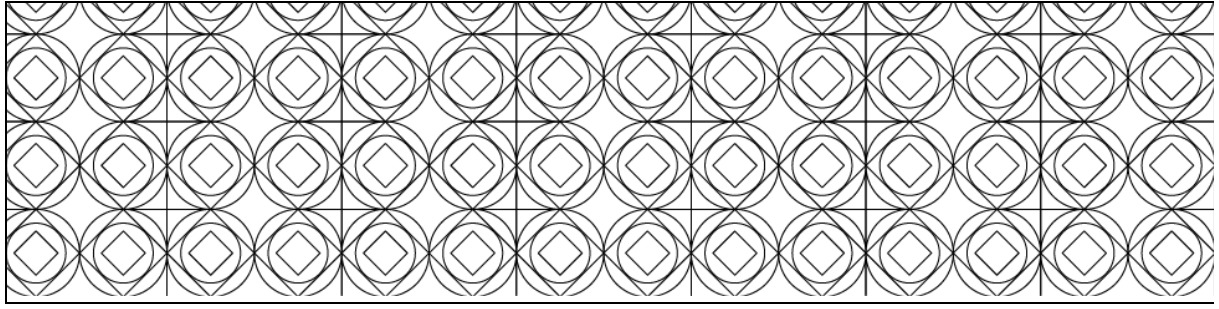
Se concluyó:

- .. Evaluar la información financiera generada por la empresa del sector de la construcción en el estado de Aguascalientes, en cuestión de sustentabilidad, tomando por referencia las fases de la curva de aprendizaje para el desarrollo sustentable que explica Romo (2005). La empresa del sector de la construcción se encontraría en una fase reactiva en la que cumple con sus obligaciones regulatorias en materia de sustentabilidad con una inversión en medio ambiente de \$ 5,506,919 y, en cuestión social, \$ 2,057,711, ambas cifras a pesos corrientes de 2013.
- 1. Para identificar las mejores prácticas en sustentabilidad y seleccionar las que se adapten mejor al sector de la construcción, y en particular a la empresa en cuestión, se analizaron a nivel internacional los avances en esta materia, posteriormente se compararon los criterios de evaluación de las principales organizaciones que evalúan la sustentabilidad, considerando el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Global Reporting Initiative, International Organization for Standardization y la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, resaltando que en términos generales dichos organismos coinciden en la concepción de la sustentabilidad a partir de tres pilares: económico, medioambiental, social, de acuerdo con la Unión Europea.
- 1. Diseñar una herramienta financiera de apoyo para la evaluación del impacto de las acciones sustentables en la rentabilidad de la empresa. Se aplicaron por cientos integrales, razones financieras de acuerdo con Gitman y Zutter (2012), González (2009) y Morales (2002). Al evaluar la información financiera de la empresa de 2004 a 2013 se obtuvieron tendencias de las principales cuentas del estado de resultados, así como de los índices obtenidos del cálculo de las razones financieras.
- 1. Para ofrecer una propuesta sustentable que incremente la rentabilidad de la empresa y mejoren su desempeño de forma integral, se realizó una

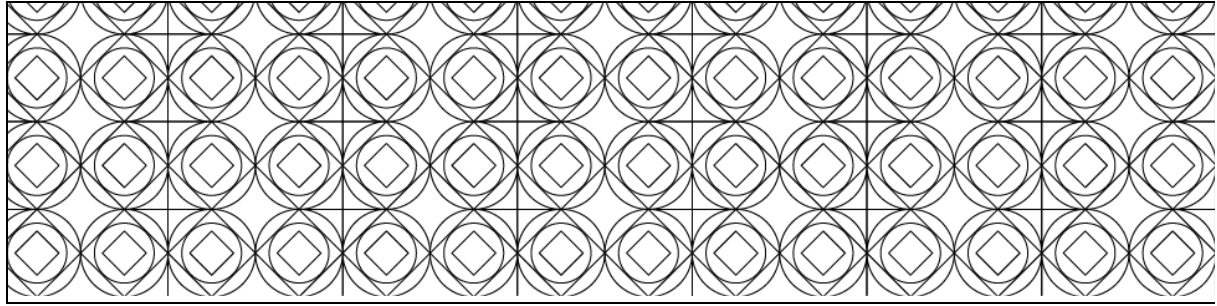
adaptación de la estrategia del océano azul (Chan, 2005), lo que se plasmó en tres aspectos críticos. A) Económico: mediante la determinación de costos de oportunidad a partir de la comparación de las tasas de rendimientos de proyectos futuros con la estimación del Costo de Capital Promedio Ponderado, calculado para la empresa de 2004 a 2013. B) Medio Ambiental: el caso de la inclusión de equipo amigable con el ambiente (planta de asfalto). C) Social: a través del aprovechamiento de estímulos fiscales.

Referencia bibliográfica

- BADER PASCAL (2008). Sustentabilidad, de Ideal a Realidad. Recuperado el 08 de agosto de 2014, de: <http://www.goethe.de/ges/umw/dos/nac/den/es3106180.htm>
- BIO: CONNECTION (2013). Sustentabilidad. Recuperado el 10 de junio de 2014, de: <http://www.bico.com.mx/empresa/sustentabilidad/>
- CÁMARA MEXICANA DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN (2013). Informe Anual de Responsabilidad Social, Sustentabilidad y Desastres de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción. Recuperado el 09 de junio de 2014, de: <http://www.cmic.org/comisiones/tematicas/respsocial/IRSE%20CMIC%202013.pdf>
- CÁMARA MEXICANA DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN (2014). Manual de rse. Delegaciones CMIC 2014. Recuperado el 10 de julio de 2014, de: <http://www.cmic.org/comisiones/tematicas/respsocial/rsocialdelegaciones/MANUAL%20DEL%20PROYECO%20RSE%20EN%20DELEGACIONES%206%20>
- CHAN KIM W., MAUBORGNE RENÉE (2005). La Estrategia del Océano Azul. Recuperado el 29 de mayo del 2014, de: http://www.talentohumano.co/inicio/images/libros/La_estrategia_del_océano_azul.pdf
- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (2013). Decreto que compila diversos beneficios fiscales y establece medidas de simplificación administrativas. Recuperado el 04 de septiembre de 2014, de: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328028&fecha=26/12/2013
- GITMAN, LAWRENCE J. Y ZUTTER, CHAD J. PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA (2012). Décimo Segunda Edición. Ed. Pearson Educación, México, D. F.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES (2009). Sistema de Indicadores Ambientales del Estado de Aguascalientes. Recuperado el 17 de agosto de 2014, de: <http://www.aguascalientes.gob.mx/mae/Pdf/SistemaIndicadoresAmbientales.pdf>
- GONZÁLEZ SERNA, JOSÉ DE JESÚS (2009). Manual de Fórmulas Financieras. Una herramienta para el mundo actual. Ed. Alfaomega
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (2009). Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos. Censos Económicos 2009. Recuperado el 22 de noviembre de 2013, de: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf
- MERCHÁN RUBIO JESÚS (2001). Las Negociaciones Internacionales sobre el Cambio Climático: una Encrucijada para la Economía y la Política. Recuperado 27 de mayo de 2013, de: <http://www.revistaasturianadeeconomia.org/raepdf/21/P101-128.pdf>
- MORALES CASTRO, ARTURO (2002). Respuestas Rápidas para los Financieros. Ed. Prentice Hall
- ROMO MURILLO DAVID. (2005). Industria y Medio ambiente en México. Hacia un nuevo paradigma para el control de la contaminación. México, D. F. Cámara de Diputados LIX Legislatura.
- SALCEDO GUZMÁN MARÍA PATRICIA (2010). El Desarrollo Sustentable. Modelo de Conciliación entre el progreso económico, la justicia social y la preservación del medio ambiente. Recuperado el 27 de octubre de 2013, de: <http://web.ebscohost.com/dibpxy.uaa.mx/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=9034ec64-7124-47f8-b7db-eac9fb08587d%40sessionmgr13&vid=18&hid=26>
- SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO (2014). Estímulos Fiscales para Patrones que Contraten a Adultos Mayores y Personas con Discapacidad. Recuperado el 06 de septiembre de 2014, de: http://www.sat.gob.mx/fichas_tematicas/estimulos_patrones_discapacidad/Paginas/default.aspx
- SECRETARÍA DEL MEDIO AMBIENTE. SISTEMA DE INDICADORES AMBIENTALES (2010). Recuperado el 03 de junio de 2013, de: http://www.aguascalientes.gob.mx/MAE/Indicadores/abatimiento_acuiferos.ASPX



Innovaciones organizacionales



Análisis del impacto del coaching empresarial

LETICIA DEL CARMEN ENCINAS MELÉNDREZ

MARÍA LIZETT ZOLANO SÁNCHEZ

RAMONA IGNACIA BÓRQUEZ CORONA

Resumen

El coaching empresarial es un proceso moderno y efectivo de cambio y mejora, enfocado al capital humano de una empresa con el fin de liberar su potencial, optimizar su desempeño, elevar su motivación y satisfacción, y lograr que los equipos trabajen como un todo cohesionado. Este proceso tiene un gran impacto en la rentabilidad y competitividad de las organizaciones y en el logro de sus objetivos corporativos. En este sentido, el trabajo de investigación se realiza bajo un enfoque metodológico de corte transversal, tomando como referencia a las medianas empresas del sector manufacturero afiliadas a CANACINTRA (Cámara Nacional de la Industria de la Transformación) en Hermosillo, Sonora. El objetivo de esta investigación es analizar el impacto del coaching empresarial a fin de incrementar la mejora de los procesos dentro de las empresas. Los resultados muestran que casi el 80% conoce en qué consiste el coaching empresarial y el 90% valora que es rentable. El coaching está completamente orientado a la clarificación y a la acción, esto en sí mismo ya es un beneficio. No obstante, los beneficios empresariales que se pueden obtener incluyen aumento de las ventas, mejora de las prestaciones, reducción de las horas de trabajo, equilibrio entre vida personal y vida laboral.

Introducción

El nuevo entorno, altamente competitivo y cambiante, obliga a las empresas a ser flexibles y contar con trabajadores suficientemente formados y preparados. Para alcanzar esta meta es necesario aplicar una mentalidad creativa y establecer nuevas técnicas de formación que logren modificar la forma de pensar y actuar del personal de la empresa.

El presente trabajo se centra en el coaching, práctica empresarial novedosa que fomenta de forma directa el desarrollo personal, permitiendo indirectamente el crecimiento de las empresas. En el contexto empresarial es entendido como el proceso interactivo, directo y confidencial mediante el cual el agente, que actúa como entrenador, y una persona (o grupo reducido de personas) busca el camino más eficaz para alcanzar los objetivos fijados, realizando para ello cambios profundos (Launer, 2007), utilizando sus propios recursos y habilidades.

Así, pese a la gran aceptación del coaching como una novedosa práctica de recursos humanos (Liu y Batt, 2010) y su alta aceptación y aplicación por parte de las empresas (Wales, 2003), existe un cierto escepticismo respecto a su eficiencia real por parte de algunos estudios que dudan del retorno sobre la inversión realizada al implementar esta táctica (Fillery-Travis y Lane, 2006).

Este estudio se centra en la influencia de la aplicación de esta técnica a las propias organizaciones, valorando en este caso si su desarrollo logra incrementar la implementación de cambios claves para el desarrollo empresarial, un aspecto poco estudiado y analizado hasta el momento. Por lo tanto, esta investigación no sólo estudiará la influencia del coaching en la esfera individual del directivo sino también en el nivel organizativo.

Marco de referencia

El coaching y la empresa

Las organizaciones no actúan por sí solas, sus acciones son la expresión de las acciones individuales de sus miembros. Por lo tanto, si deseamos producir aprendizajes en la organización, éste deberá necesariamente traducirse en cambios en las acciones de los miembros de la organización. Si los jefes, directivos y el personal cambian, el cambio se hará notar en la gestión emprendida (Zeus y Skiffington, 2004).

Aunque desde la perspectiva de la gestión de empresas la disciplina del coaching se encuentra en estado embrionario, es una herramienta que se remonta en el tiempo (Colomo y Casado, 2006), ya que se aplica desde hace años en psicología deportiva (Gallwey, 2000). Estudios posteriores pusieron de manifiesto que puede aplicarse igualmente a otras esferas como los negocios, la salud y la educación (Whitmore, 1993). El coaching empresarial es, por tanto, una práctica inspirada en los entrenadores deportivos y aplicados al ámbito organizativo con idea de promover el aprendizaje de los recursos humanos.

En general, el coaching se define como un proceso donde un orientador (coach) y un individuo (coachee) o un reducido grupo de personas (coachees), se comprometen a colaborar para alcanzar un conjunto de objetivos, desarrollando para ello un plan de acción (Zeus y Skiffington, 2004). La asistencia profesional pone de manifiesto la importancia de las relaciones personales, de la interacción directa y de las metodologías relativas al “aprendizaje mediante la práctica” (“learning by doing”) en la formación de directivos, alejándose de la tendencia del uso de las nuevas tecnologías y de la formación a distancia (De la Corte, 2002). El coaching posee peculiaridades que lo diferencian notablemente de las técnicas tradicionales de desarrollo y formación del personal. Es, por tanto, un método dirigido a “ayudar a aprender” en lugar de “enseñar” (Whitmore, 2003) e incluso a reaprender lo aprendido mediante el denominado “aprendizaje basado en la experiencia”. Para ello, el coach debe tener claro que el conocimiento no está en él, sino en sus coachees y que su función es lograr, a través de un proceso de acompañamiento y estimulación, que los participantes sean capaces de buscar y alcanzar las respuestas por sí mismos (Ravier, 2005).

Por otro lado, el coaching debe adaptarse a las particularidades y necesidades de la empresa en la que esté siendo implantado, por ello, pese a ser un proceso orientado al cambio, está centrado en la situación presente (Bou-Pérez, 2007) y se desarrolla en un contexto concreto, por lo que requiere ser ubicado y moldeado según el momento, el espacio y las circunstancias donde tiene lugar.

En su contexto específico, las empresas pueden optar por realizar el proceso de coaching mediante el desarrollo de un programa interno, pilotado y ejecutado por personal cualificado de la misma organización, o mediante un programa externo donde la acción de coach es ejecutada por una entidad o un profesional externo a la empresa a través de una contratación mercantil de prestación de servicios (De la Corte, 2002).

El coaching en las PyMEs

El coaching constituye una herramienta de recursos humanos muy útil para las PyMEs debido a que en muchas de ellas el trabajo que se desarrolla se engloba dentro del concepto de “oficio” aprendido en numerosas ocasiones por el antiguo sistema gremial de un maestro que transmite, habitualmente de manera verbal, su experiencia y conocimientos a los trabajadores con menos experiencia. El coaching posee una característica fundamental: su elevada adaptabilidad y flexibilidad a las circunstancias y necesidades de la empresa, acoplándose a la realidad de la organización y a las características de las personas a instruir.

Así, en el ámbito empresarial, el coach ejerce el papel de consejero cuya finalidad es promover el cambio estratégico gracias a su capacidad de diagnosticar acertadamente la situación de la empresa y guiar el proceso de toma de decisiones. Gracias al continuo feedback que esta técnica supone (Heslin et al., 2006), el coach logrará motivar a los asesorados, consiguiendo una mayor implicación (Smither et al., 2003) y una mejor asimilación de los contenidos explicados (Wales, 2003).

Por otro lado, el coaching dirigido a las esferas directivas de la organización trata de concientizar a los gerentes sobre los desequilibrios existentes en la gestión y los posibles

errores cometidos. Por ello, el coaching puede llegar a traducirse en aumentos de la rentabilidad y de los resultados empresariales (Agarwal et al. 2009), ya que el coach ofrece a los gestores la capacidad de desacelerarse, ganar conciencia, analizar y planificar con detenimiento (Stratford y Alyssa, 2004).

Para obtener resultados positivos mediante esta práctica, resulta esencial que el coach maneje el componente emocional (Schlegelmich y Fresco, 2005) ya que la gestión adecuada de sentimientos y emociones ayuda decisivamente a salvar la resistencia que impide realizar acciones y obtener resultados (Haneberg, 2006).

Por tanto, la voluntad del coachee es completamente necesaria para lograr la efectividad del proceso. Su eficacia radicarán en su destreza para realizar una interacción adecuada con el coachee (Dilts, 2004), logrando la adopción de nuevas perspectivas que permitan el crecimiento profesional del implicado y la capacidad de pensar de forma diferente. Para ello, el coach debe mejorar la preparación del asesorado a la hora de realizar la toma de decisiones (Álvarez y Obiols, 2009) desarrollando esta capacidad no sólo desde el punto de vista de competencia (saber cómo tomar las decisiones), sino también desde la perspectiva afectiva o emocional (teniendo en cuenta los aspectos psicológicos) y la social (contando con los efectos que las decisiones tienen en el colectivo de aplicación).

Objetivo general

Analizar el impacto del coaching empresarial a fin de incrementar la mejora de los procesos dentro de las empresas.

Problemática

Desafortunadamente, en el país y en la ciudad de Hermosillo, Sonora, son muchas las empresas, especialmente las PyMEs, que no se han identificado con lo que el coaching empresarial representa. El coaching empresarial como técnica gerencial fue creado para ayudar a mejorar el desempeño de las organizaciones mediante la formación de directores, gerentes y personal clave que a lo largo del tiempo va a generar valor y optimizar los procesos de los negocios como resultado de su aplicación.

Esta técnica no está siendo muy aprovechada por las empresas en Hermosillo, Sonora, y mucho menos por los empresarios o dueños de negocios. Esto se debe a varias razones, la primera es porque esta técnica quizás no está muy difundida y se desconocen sus beneficios. También porque requiere capacitación y entrenamiento para llevar a la persona o grupos de personas hasta donde se desea, requiere inversión de tiempo, dinero; y muchas veces los resultados no se obtienen de forma inmediata.

Otro de los principales obstáculos que tienen las empresas locales para poner en marcha esta nueva técnica es que va dirigida sólo a personas o profesionales más valiosos y de más interés para la organización, no está dirigida a la gran masa laboral de la organización.

El costo de esta técnica para las empresas es muy alto, y siempre el empresario tiene la desconfianza de que el gerente que recibe la preparación del coaching se puede ir a laborar en otra organización. Existen soluciones para que las empresas interesadas en esta técnica se beneficien y no continúen en ese modelo tradicional de gestión donde la responsabilidad descansa en la capacidad del gerente para especificar, ordenar, coordinar y, particularmente, controlar el desempeño de los trabajadores.

En vista de la situación antes descrita, se plantearon las siguientes interrogantes: ¿Existe un nivel de conocimiento sobre el coaching empresarial en Hermosillo, Sonora? ¿Cuál es el nivel de utilización del coaching empresarial? ¿Cuál es la valoración sobre la rentabilidad del coaching empresarial?

Justificación

El coaching empresarial es la aplicación de metodologías, herramientas y técnicas, cuyo objetivo es mejorar el desempeño de la empresa, incrementando sus resultados a través de un proceso de trabajo conjunto entre un profesional (coach) y el cliente (empresa).

Es un trabajo de asesoría técnica y profesional que se complementa con un conjunto de

actividades que buscan incidir positivamente en diversas áreas de la vida de la persona encargada de llevar adelante la gestión comercial de la empresa. A través de un proceso de mejora continua, se asocia el crecimiento de la empresa a la evolución y desarrollo de quien tiene la responsabilidad de dirigir el negocio, elevando la autoestima y favoreciendo el bienestar y la mejora de la calidad de vida.

El coaching implica aprendizaje, no se trata de un proceso simple de asesoramiento ni de ofrecer soluciones temporales o inmediatas a un determinado problema. Tiene un enfoque estratégico que busca solucionar el problema de fondo, identificando los elementos negativos que impiden el crecimiento, y transformando una realidad eventualmente adversa y/o con múltiples obstáculos en una situación favorable en el mediano y largo plazo.

En Hermosillo, Sonora, para poder realizar estos cambios, las empresas y organizaciones deben ser eficientes y efectivas tanto en el uso de los recursos como en los bienes y servicios que provee a la sociedad para que alcance estadios de bienestar más solidarios.

De allí que este trabajo de investigación es importante, es trascendente y es original porque emerge naturalmente de una auto motivación, de conciencia, de confianza, de creatividad y sobre todo de satisfacción creativa que impulsa a ir en pos de lo nuevo, de lo más avanzado, para estar siempre en la punta de lanza de las ciencias administrativas, y para proponer a las empresas y empresarios del estado de Sonora esta estrategia, con el fin de mejorar lo que se tiene y lo que se es, sin importar lo bueno que en la actualidad pueda ser.

Al llevar a cabo el estudio en la ciudad de Hermosillo, Sonora, se contribuye con generar el conocimiento sobre la aplicación del coaching empresarial a los directivos que les facilite la implantación de planes de mejora y la adopción de medidas concretas de gestión en sus negocios y la forma de mejorar su actividad empresarial.

Diseño de la investigación

Este estudio se basa en una investigación de campo, de carácter descriptivo. Se toma como base la información referente a las empresas medianas del sector manufacturero registradas en CANACINTRA, de Hermosillo, Sonora. El universo de la población es de 978 empresas, de las cuales 72 corresponden a medianas empresas del sector manufacturero, siendo esta categoría la elegida para el estudio. Para determinar el número de la muestra elegida se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Npq}{(E/Z)^2 (N-1) + pq} = \frac{(72)(0.5*0.5)}{(0.06/1.65)^2 (72-1) + (0.05)(0.05)} = 21$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño del universo

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

E = Error de estimación

Z = Nivel de confianza

Por lo tanto, para lograr un nivel de confianza del 90% y considerando un error de estimación del 6%, el tamaño de la muestra fue de 21 empresas a analizar.

Instrumento de recolección de datos

Para poder realizar la comparación de las respuestas y por ende su categorización y generalización, se utilizará la entrevista abierta apoyada por el cuestionario cerrado, debido a que el cuestionario tiende a la estandarización. Se aplicó cuestionario con 15 preguntas a los dueños y gerentes. Para poder facilitar la comprensión de los resultados, las preguntas se unificaron en aspectos generales tales como importancia, destinatarios, objetivos del coaching, y el resto se clasificó en tres variables: 1) Nivel de conocimiento sobre el coaching empresarial; 2) Nivel de utilización del coaching empresarial; 3) Valoración sobre la rentabilidad del coaching empresarial.

La información recopilada, organizada y ordenada, será capturada en el programa estadístico

spss (Statistical Package for the Social Sciences), para su valoración e interpretación.

Presentación, análisis e interpretación de los hechos y resultados

Se presentan a continuación los avances más relevantes, basados en el objetivo central de esta investigación:



Gráfico 1. Aspectos de importancia del coaching
Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del gráfico 1, muestran que, para el 33% de los empresarios de la muestra analizada, la mejora global es el aspecto más importante del coaching.



Gráfico 2. Destinatarios de coaching empresarial
Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del gráfico 2 muestran que el coaching empresarial es destinado a nivel directivo.

¿Cuáles son los objetivos de las empresas para utilizar el Coaching Empresarial?

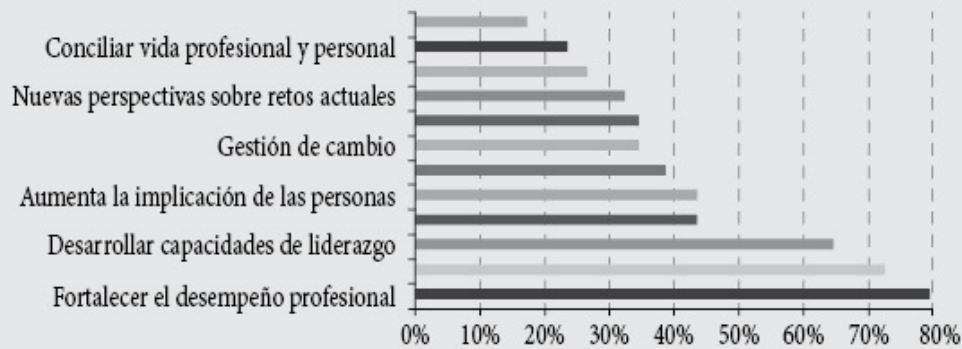


Gráfico 3. Objetivos de las empresas para utilizar el coaching empresarial

Fuente: Elaboración propia.

Con base en los resultados del Gráfico 3, el 80% muestra que el objetivo principal de las empresas para utilizar el coaching empresarial es fortalecer el desempeño profesional y un 72% lo utiliza para desarrollar capacidades de liderazgo.

Nivel del 1 al 5 donde 1 es NADA y el 5 Mucho ¿Conoces en qué consiste el Coaching para las empresas?

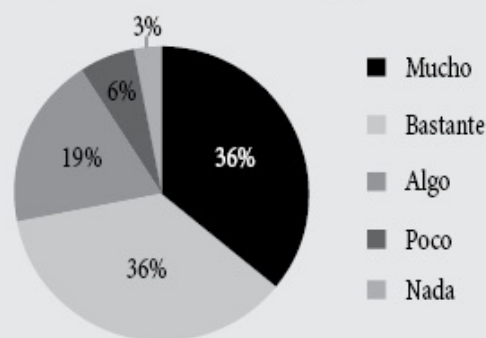
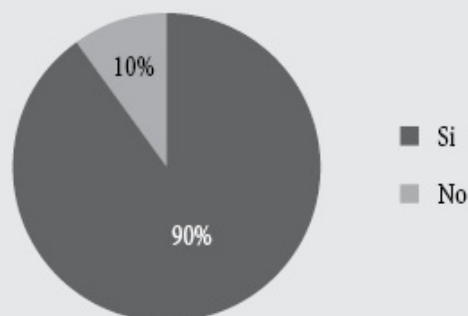


Gráfico 4. Nivel de conocimiento del coaching empresarial

Fuente: Elaboración propia.

Como lo muestra el gráfico 4, existe un alto grado de conocimiento sobre el uso del coaching empresarial.

¿Consideras que el coaching puede ser una acción rentable para la empresa?



Como muestra el gráfico 5, para el 90% de los empresarios de la muestra analizada el coaching empresarial es una acción rentable para la empresa.

Conclusiones

Hoy en día las empresas han sufrido los efectos de la crisis y constituyen unidades económicas y sociales que jugarán un papel fundamental en la recuperación de dicha crisis. Pero deberán mejorar sus sistemas de dirección y de gestión para salir fortalecidas de la actual coyuntura. Como se pudo observar dentro de los avances de la presente investigación, el coaching empresarial constituye una poderosa metodología para desarrollar el liderazgo en las empresas y transformar su gestión, más allá de los simples programas formativos o del tradicional asesoramiento.

Al fin y al cabo, el coaching empresarial se ha revelado como una metodología de eficiencia personal y profesional de carácter estratégico en el mundo empresarial. El coaching, tal y como sucediera con el aprendizaje de competencias en la Educación Superior, también constituye un sistema adecuado para el desarrollo de competencias en las empresas de cualquier tamaño y sector.

Los resultados en los primeros avances de este trabajo de investigación donde se analiza el impacto del coaching empresarial en la mediana empresa del sector manufacturero de Hermosillo, Sonora, muestran que el 90% lo valora como una herramienta rentable, y un trabajo dirigido al nivel gerencial y mandos medios.

Con este trabajo se pretende concientizar al sector empresarial de Hermosillo, Sonora, que al incorporar este proceso se obtiene mejor rentabilidad, calidad, buen servicio al cliente, mayor productividad, un óptimo resultado de negocio. Este logro se puede producir tanto en las PyMEs como en grandes empresas, ya que la formación de este proceso tanto en los profesionales, directivos, personal en general, reditúa en desarrollo, aprendizaje, y mayores beneficios como los cambios positivos que presenta la empresa.

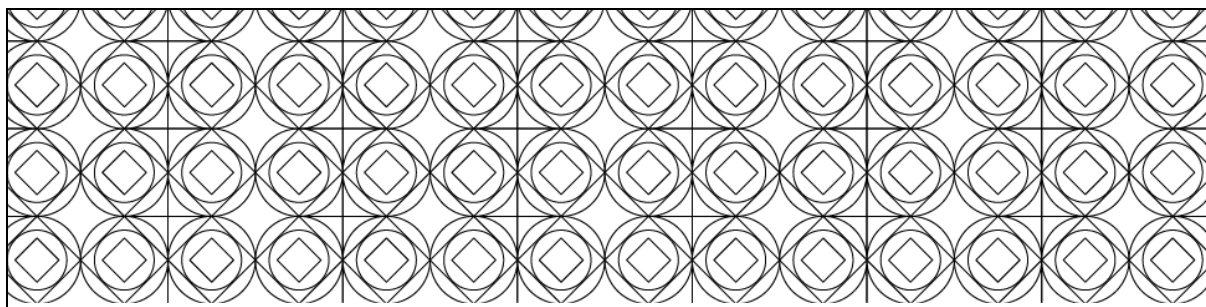
Ante el conjunto de problemas señalados que acompañan la medición de la gestión empresarial, es indispensable una formación para producir beneficios en los aprendizajes de gerentes, ejecutivos y demás personas involucradas. Esto ayudará a generar en toda organización lo siguiente: creación de estrategias para el aprendizaje, nueva filosofía para el desarrollo humano, utilización de consultores internos, gerentes como coaches para el desempeño, mejor autoestima de empleados y grupos, recompensas a empleados para comprometerse y lograr óptimos resultados.

Por eso las técnicas de coaching aplicadas en una empresa, ya sea grande o pequeña, son ideales para ponerla en funcionamiento ya que permitirá obtener un crecimiento importante.

Referencia bibliográfica

- AGARWAL, R., ANGST, C.M. Y MAGNI, M. (2009). The performance effects of coaching: a multilevel investigation using hierarchical linear modeling. *International Journal of Human Resource Management*, vol. 20, núm. 10: 2110-2134.
- ÁLVAREZ, M. Y OBIOLS, M. (2009). El proceso de toma de decisiones profesionales a través del coaching. *Electronic Journal Of Research in Educational Psychology*, vol. 7, núm. 2: 877-900.
- BOU-PÉREZ, J. F. (2007). *Coaching para docentes*. Club Universitario, España.
- COLOMO, R. Y CASADO, C. (2006). "Mentoring & Coaching. IT Perspective", *Journal of Technology Management & Innovation*, vol. 1, núm. 3: 131-139.
- DE LA CORTE, J. (2002). La figura del "Coaching" en el ámbito laboral. *Derecho y conocimiento*, vol. 2: 269-284.
- DILTS, R. (2004): *Coaching. Herramientas para el cambio*. Urano, Barcelona.
- FILLERY-TRAVIS, A. Y LANE, D. (2006). Does coaching work or are we asking the wrong question?, *International Coaching Psychology Review*, vol. 1, núm. 1: 23-36.
- GALLWEY, W. T. (2000): *The Inner Game of Work*, Random House, Nueva York.
- HANEBERG, L. (2006): *Fundamentos del Coaching*, ASTD Press.
- HESLIN:A., VANDEWALLE, D., Y LATHAM, G. P. (2006). Keen to help? Managers' IPTs and their subsequent

- employee coaching. *Personnel Psychology*, núm. 59: 871-902.
- LAUNER, V. (2007). *Coaching. Un camino hacia nuestros éxitos*. Pirámide, Madrid.
- LIU, X. Y BATT, R. (2010). How supervisors influence performance: a multilevel study of coaching and group management in technology-mediated services. *Personnel Psychology*, tomo 63, núm. 2; pp. 265-299.
- RAVIER, L. (2005). *Arte y ciencia del coaching: su historia, filosofía y esencia*. Buenos Aires: Dunken.
- SCHLEGELMICH, A. Y FRESCO, D. (2005). Emotion-focused therapy: Coaching clients to work through their feelings, *Counselling Psychology Quarterly*, vol. 18, núm. 3: 225-226.
- SMITHER, J.W., LONDON, M., FLAUTT, R., VARGAS, Y. Y KUCINE, I. (2003). Can working with an executive coach improve multi-source feedback ratings over time? A quasi-experimental field study, *Personnel Psychology*, núm.56: 23.
- STRATFORD S. Y ALYSSA F. (2004). El salvaje oeste del coaching ejecutivo, *Harvard Business Review*, vol. 82, núm. 11: 72-81.
- WALES, S. (2003). Why coaching?, *Journal of Change Management*, núm. 3: 275-282.
- WHÍTEMORE, J. (2003). *Coaching for Performance*. Londres: Nb.
- ZEUS: Y SKIFFINGTON, S. (2004): *Guía completa de coaching en el trabajo*. Madrid: McGraw-Hill.



Modelo de financiamiento para las universidades públicas estatales en México. Elementos para formular una propuesta

KARIMEN ZAMORA SANDOVAL

Introducción

La gestión de los fondos públicos que se requieren para el cumplimiento de los objetivos estratégicos e institucionales de las Universidades Públicas Estatales (UPES) en México, se lleva a cabo en un marco de gran complejidad y de reconocimiento de la insuficiencia de fondos y la incapacidad del Estado de financiar la creciente demanda de recursos por parte de las instituciones de educación superior. Esto ha implicado olas de incertidumbre financiera para las UPES, debido a que los presupuestos ordinarios anuales que históricamente se le han destinado para su funcionamiento y para el fortalecimiento de sus actividades adjetivas y sustantivas, no crecen en la magnitud que requerirían para obedecer al cumplimiento de los estándares internacionales, que marcan ciertas tendencias e indicadores, traducidos a la realidad nacional y entrelazados con la incorporación de nuevos temas en la agenda de la política educativa, plasmadas en las prioridades y metas del Plan Nacional de Educación.

La política de financiamiento de la educación superior ha llevado a vincular la distribución de recursos extraordinarios con una nueva forma de gestión presupuestaria más centrada en una cultura de resultados, donde se introducen la evaluación y la acreditación como instrumentos para promover tanto la eficiencia en la asignación del gasto de la federación y los estados, como en la orientación hacia objetivos relacionados con la mejora en la calidad y la pertinencia¹² de las instituciones educativas. De ahí surge la inquietud de redoblar la exigencia hacia las universidades para que asignen y utilicen los recursos financieros con una mayor responsabilidad pública, bajo el emblema de que “hoy las universidades tienen que asegurar que cada peso que se invierte en educación cumple con el cometido por el cual se proyectó”.

La tendencia actual de la política de financiamiento de la educación superior está encarrilada en la creación de bases de datos robustas, debido a la fuerte dependencia del incremento en el uso de indicadores¹³, en especial aquellos encargados de medir el impacto en los procesos de enseñanza-aprendizaje, cuya finalidad es la evaluación, no sólo del conocimiento sino de las competencias generales de alumnos, tales como: la capacidad de decidir, liderazgo, dominio de idiomas, entre otras.

Al modo de una de reflexión crítica, el interés central de la tesis estuvo orientado a indagar en una doble dimensión política-técnica, para identificar cuáles serían las estrategias que nos acerquen a construir una propuesta de política de financiamiento de largo alcance dirigida a cubrir al menos tres aspectos: 1) Resolver el problema estructural de la carencia de recursos que presentan las UPES; 2) Establecer un mecanismo que ataque directamente los problemas de desempeño institucional, donde la evaluación resalte su valor formativo, consistente en detectar problemas y generar estrategias que permitan solucionarlos; 3) Lograr que más jóvenes ingresen a nivel superior y asegurar las condiciones para que se mantengan, concluyan sus estudios bien formados y se incorporen al mercado laboral en sus respectivas áreas de estudio.

Principales problemáticas de las universidades públicas estatales en México con el actual modelo de financiamiento. Análisis de cinco casos: UDG, UANL, UAS, UNACAR y UQROO

Los problemas prioritarios que enfrentan las UPES del estudio con el actual modelo de financiamiento, están resumidos en la construcción de un esquema que contempla tres ejes temáticos: 1) Sustentabilidad financiera; 2) Percepción de los fondos extraordinarios; 3) Evaluación, acreditación y rendición de cuentas.

El primer eje de análisis tiene que ver con las posibilidades de sustentabilidad financiera, en específico aquellas problemáticas que se identifican con relación a la formulación del presupuesto universitario y al ejercicio del gasto.

El crecimiento natural que tiene las instituciones no va aparejado con el subsidio ordinario. La no correspondencia entre el subsidio ordinario y el crecimiento que experimentan las universidades para la ampliación de su oferta y los incrementos en su gasto de operación derivados de la creación de nuevos campus; de nuevas plazas administrativas, académicas y de intendencia para atender la demanda; de una alta proporción de la plantilla de profesores y administrativa sin financiamiento; de no contar con recursos para poder cubrir los salarios de los trabajadores que no son considerados en sus respectivos presupuestos; de problemas para lidiar con el recambio generacional de su planta académica ante un profesorado que no crece más que marginalmente; de no asegurar la sustentabilidad financiera de las universidades ni la posibilidad de incrementar la cobertura y dar apertura a nuevos espacios con las condiciones adecuadas de capacidad de instalaciones físicas y de profesores; quedando sin acceso a la educación superior miles de jóvenes por no contar con los recursos suficientes para crecer.

Esto tiene que ver en gran medida con que Hacienda no autoriza incrementos al gasto de operación, y por lo tanto el subsidio ordinario que destina el Gobierno federal no crece en proporción a estos gastos, en realidad sube muy poco (a la par de la inflación), y con una estimación promedio de que 9 de cada 10 pesos se destina al pago de la plantilla, quedando una cantidad insuficiente para cubrir los gastos de operación y para satisfacer el resto de funciones y compromisos institucionales.

- Pasivos laborales contingentes. Las UPES se enfrentan con un sistema de pensiones y jubilaciones sin un respaldo presupuestal que ha ocasionado fuertes rezagos en sus pagos y un déficit financiero en su régimen de pensiones, cargado al presupuesto regular. Las estrategias y medidas de reordenamiento financiero que han emprendido las UPES para enfrentar esta problemática ha sido la implementación de reformas estructurales, cambiando el esquema de contratación (contrato colectivo), estableciendo mecanismos de compensación a través de "fideicomisos" con aportaciones de todos los trabajadores, y participando en fondos federales, como el "fondo para la atención de problemas estructurales". Sin embargo, se percibe que no hay claridad en el manejo del "fideicomiso" y, como los únicos que aportan son los trabajadores, tanto el Gobierno estatal como la propia universidad se han deslindado de responsabilidad. Hasta ahora no existe una política que dé sustentabilidad a largo plazo al retiro digno de los trabajadores.
- La forma en cómo se asignan los presupuestos (se carece de una política con visión de largo plazo). Esto tiene que ver con la idea de que la gestión financiera en las UPES es incierta y desgastante ya que año con año las universidades encabezadas por sus rectores, en conjunto con sus administrativos, académicos y todo un equipo de gestores y/o planeadores especializados, lanzan estrategias institucionales para elevar sus indicadores y así tener acceso a más recursos económicos. En esta cuestión, las universidades han criticado a los presupuestos anuales y han propuesto presupuestos multianuales como una alternativa de la política de financiamiento, con visión de largo plazo que, independientemente del partido que gobierne, permanezca en el tiempo para asegurar la sustentabilidad financiera. Para ello han hecho solicitudes a través de la ANUIES al Gobierno federal desde hace varios años es la asignación de presupuestos multianuales, que les permita asegurar su presupuesto con más tiempo, planear mejor y a más largo plazo su desarrollo institucional.
- Falta de compromiso, descoordinación y disparidades entre la federación, los estados y los municipios. En primer lugar se percibe un problema de paternalismo de la federación, que ha originado asimetrías históricas del financiamiento estatal, e incumplimiento los convenios en el subsidio (pari passu) que a los Gobiernos estatales les correspondería financiar a sus respectivas universidades, en general su aporte ha dependido de los colores de los Gobiernos estatales y municipales. Esto nos lleva a la inexistencia de una participación proactiva por un esquema de financiamiento que permita emparejar de manera progresiva el porcentaje del subsidio ordinario que le destinan los Gobiernos estatales en colaboración con los municipales

a sus respectivas universidades donde estos otorguen el 50 y la federación el otro tanto del subsidio, además de asegurar su compromiso con los correspondientes convenios “tripartitas”. Y por último otro factor importante a mencionar es que existe una descoordinación entre el Gobierno federal y el estatal, debido a que la planeación financiera de ambos no va aparejada.

El segundo eje de análisis es sobre la percepción de los fondos extraordinarios, sintetizados en los siguientes puntos:

- La asignación del presupuesto es inequitativa. La forma en que se han distribuido este tipo de fondos ha llevado a competir a los desiguales bajo los mismos términos, las universidades más aventajadas terminan por obtener los mayores beneficios, dejando a las pequeñas en situación de desventaja. Hay evidencias que avalan que esto ha ocurrido, incrementado “la inequidad” en el sistema de educación superior y generando “brechas de calidad” entre universidades robustas que lograron acceder satisfactoriamente a estos fondos y las otras débiles que al no recibir la cuantía requerida, no crecen como quisieran. Pese a que el presupuesto se realiza por asignación fundamentalmente por plantilla con base en los presupuestos extraordinarios, se sigue dando apoyo por peso a la matrícula, y eso es una falta de uso de los indicadores.
- Complejidad y burocratización. La forma en cómo se gestionan estos fondos indican que así como ordena también desorganiza, debido a que se acortan los tiempos, se incrementa la presión por programar y ejercer el recurso en una fecha determinada, se vuelve un programa muy rígido, con una metodología y terminología muy complicada y engorrosa, que ha tendido a uniformar a las instituciones de educación superior, generando un tipo de burocratización que se extiende al terreno académico a tal grado que hay oficinas de planeación al interior de las universidades encargadas de operacionalizar PIFI y los demás fondos.
- Falta de racionalidad en el uso de los recursos extraordinarios. Se visualiza una falta de racionalidad en el uso de los recursos, manifestando que hacen las solicitudes, consiguen el recurso vía PIFI, pero, al final, muy difícilmente lo pueden utilizar, o bien, una vez recibido el recurso se gasta de manera desorganizada, lo cual nos habla de una falta de planeación y previsión, que lo sustentan con la inexistencia de un plan estratégico real que conduzca a una misma meta, al no existir una coordinación entre los distintos actores institucionales.

Se detectó también que hace falta una reasignación de los recursos entre las Dependencias de Educación Superior (DES) de cada una de las universidades, es decir, en los cinco casos existen disparidades y brechas que perjudican la calidad de sus estudiantes. Por sintetizarlo en un ejemplo, hay áreas o facultades que tienen altos presupuestos y otras DES que tienen muchas carencias de tal magnitud que a veces no tienen ni las aulas, ni los laboratorios, ni el equipo para que los alumnos reciban una educación de “calidad”. En otras palabras “existen brechas de calidad” no sólo entre universidades sino dentro de las mismas, en sus facultades.

Incremento en los costos de transacción. La parte de operacionalización, comprobación o ejecución del recurso, en el marco de los fondos extraordinarios, está resultando muy costoso para las UPES, al generarse un conjunto de nuevos programas, nuevas estrategias. Esta lógica de focalización y de multiplicación de los programas ha generado una presión importante entre las autoridades de las universidades para generar una capacidad de respuesta institucional para acceder a todos estos fondos, entonces lo que generan es una burocratización de la gestión, es decir, se incrementa el número de personas, se crea unidades específicas, se hacen prácticas de outsourcing, consultorías, para poder generar información y capacidad de respuesta frente a los requerimientos del proveedor.

Los elementos sobresalientes del tercer eje de análisis (evaluación, acreditación y rendición de cuentas) son los siguientes:

- Formación de los profesores para la formación integral de los estudiantes. En este sentido, se ha estado evaluando hasta la fecha la cuestión de la calidad de los programas educativos a partir de los trabajos realizados por CIEES y COPAES; sin embargo, al parecer esta calidad se pone en duda al cuestionarse la tarea que están realizando estos dos organismos encargados de hacer la evaluación de los programas, y al no tener la certidumbre de lo que está pasando con la formación de los egresados de las UPES. Sólo se subraya el hecho de que se parte de que el programa es de buena calidad porque cuenta con la acreditación del COPAES o el reconocimiento de los CIEES, pero sigue existiendo tasas de reprobación, tasas de deserción, no hay mucha información sobre dónde están los jóvenes titulados, si éstos están ejerciendo su profesión o están en un área totalmente distinta o si fueron absorbidos por el sector informal y, de ser así, por qué circunstancia. Y a esto se le suma otro elemento ligado al hecho de que la evaluación externa no ha logrado superar los vicios y errores de la evaluación interna, por el contrario, sólo se han atacado los problemas educativos de manera incipiente, sin tener un impacto visible para el crecimiento y desarrollo de la región.

- Las universidades gastan mucho dinero en acreditar y certificar programas educativos de calidad que muchas veces quedan en el papel pero permiten obtener recursos adicionales.
- Vincular los resultados de evaluación a la distribución de recursos ha llevado a que se establezcan los efectos negativos que tiene vincular la distribución de recursos al resultado de las evaluaciones, puesto que muchas veces los individuos, organizaciones o instituciones, terminan por hacer lo necesario para cubrir los requerimientos de la evaluación para obtener los recursos, lo que muchas veces incluye caer en juegos de simulación bastante alejados de los resultados ideales que se espera obtener.
- La carencia de criterios claros, precisos y transparentes. Hasta la fecha no se tiene información clara, precisa y transparente sobre los niveles de participación que deben tener las distintas entidades de Gobierno (federal, estatal y municipal) en el financiamiento de la educación superior; así como en los procesos de asignación y distribución de los recursos destinados al sector educativo en general, y al de la educación superior en particular.

Propuesta

Diseñar un nuevo esquema de financiamiento dirigido a:

- .. Dar sustentabilidad financiera a las UPES:
 - En primer lugar hacen falta decisiones que permitan romper las limitaciones presupuestales a través de una profunda y equitativa reforma fiscal. En este punto, algunos profesores-investigadores mencionaban que “somos un país que continúa favoreciendo la concentración del ingreso y hay un temor que se vislumbra por los titubeos de llevar adelante reformas fiscales que afecten los intereses de los sectores empresariales más poderosos del país”.
 - Se necesita que la intervención del Gobierno federal sea con una orientación de políticas estratégicas y de largo alcance, a través de presupuestos multianuales que permitan incrementar la certidumbre del gasto en las UPES, contar con una mejor planeación en su desarrollo institucional, asegurar la sustentabilidad financiera y responder a un desarrollo del sistema de educación superior.
 - Se requiere también de la participación proactiva de los Gobiernos estatales para reducir las asimetrías históricas del financiamiento estatal, emparejar de manera progresiva el porcentaje del subsidio ordinario que le destinan a sus respectivas universidades y cumplir y asegurar su compromiso con los correspondientes convenios “tripartitas” de los fondos extraordinarios sin dejar de tener presente que dichas asimetrías del subsidio estatal ordinario son difíciles de resolver por su alto costo económico y porque son motivo de conflictos políticos. Es por esa razón que se debe buscar la manera en que los Gobiernos estatales se comprometan más con sus universidades, y destinen más recursos, estrategias y proyectos para la expansión de la cobertura y la calidad.
 - Falta resolver los problemas de la generación de recursos propios de las instituciones, razón por la cual resulta indispensable motivar a las UPES a conseguir un liderazgo estratégico de la gestión, para que incrementen gradualmente el monto de sus ingresos propios y dependan menos del Estado, para fomentar comportamientos colectivos con una mayor disciplina presupuestaria sostenida a largo plazo, mejorar la calidad del gasto, evitar derroches de los recursos e incrementar la responsabilidad fiscal de sus ingresos propios, siendo la propia comunidad universitaria la encargada de estar al pendiente de la manera en cómo se gastan dichos recursos, cuáles pueden ser los motivos de mejora en la gestión del gasto pero también responsabilizándose por el tema de la calidad. Además, es importante puntualizar que no se trata de que sean los ingresos propios la única vía de recaudación de recursos para las universidades, llegando el momento en que la federación y los estados se deslinden por completo de su responsabilidad hacia la educación superior, lo único que se pretende es que las instituciones sean capaces de diseñar mecanismos para reducir la incertidumbre financiera a la que constantemente se encuentran sometidas, reducir los problemas estructurales y evitar así posibles crisis presupuestales, se trata, pues, de que sean universidades emprendedoras, que la base de su financiamiento sean ellas mismas, y que el complemento no sean los ingresos propios sino el subsidio federal y estatal junto con los fondos extraordinarios.
- !. Redefinir la forma en cómo se asignan los programas y fondos extraordinarios:
 - La política actual está enfocada a la comprobación y al ejercicio del recurso que otorga a través de los programas y fondos extraordinarios, pero no se está midiendo aún el impacto en el proceso de enseñanza aprendizaje. Por lo tanto, nos lleva a pensar que así como una vez se realizó un diagnóstico en el cual se detectó una falta de planeación en las instituciones, hoy es necesario que la política se dirija hacia otro rumbo en donde se busque

un mecanismo que permita medir el impacto no sólo por indicadores macros como ya se mencionaron en el trayecto de la investigación, sino indicadores que midan principalmente la calidad de la formación de los estudiantes para determinar si el principal objetivo de la política y de las instituciones se está cumpliendo, es decir, el “aseguramiento de la calidad de sus egresados”.

- Así como las universidades ya tienen un equipo especializado en PIFI que realiza buenos diagnósticos, buena prospectiva, que se traducen en recursos adicionales para sus universidades, la política junto con las universidades deben de pensar en formar gente que a la par de programar mejor el recurso, comience a hacer un uso más racional del mismo y de mayor impacto, con indicadores claros para su medición.
 - Es necesario pensar en una reingeniería de los procesos de operacionalización de programas como PIFI de tal manera que reduzca la presión y la rigidez por programar y ejercer el recurso.
- i. Resaltar el valor formativo de la evaluación.
- Se sugiere que la acreditación de los programas educativos debe verse reflejada en los resultados de la evaluación de exámenes como EGEL, que sea rediseñado de tal manera que trate de medir, además del conocimiento, las habilidades y aptitudes de sus estudiantes, y que no sea aplicado al final y como requisito de titulación, sino que sea obligatorio y sea aplicado anualmente con el fin de darle continuidad al alumno durante todo su proceso formativo. Ese podría ser un buen parámetro para medir la calidad.

La agenda pendiente para futuras investigaciones es indagar con mayor profundidad sobre cuál sería el esquema idóneo para una mejor articulación entre el subsidio ordinario y el subsidio extraordinario; determinar si es deseable o no continuar con el otorgamiento de recursos a través de programas y fondos no regularizables; establecer la factibilidad de un esquema de financiamiento para las universidades basado en la estimación de costos diferenciales para la operación y la realización de las funciones sustantivas de las instituciones; y establecer medidas y propuestas concretas para externarlas a la SEP y a los Gobiernos estatales para ser consideradas en el presupuesto 2015.

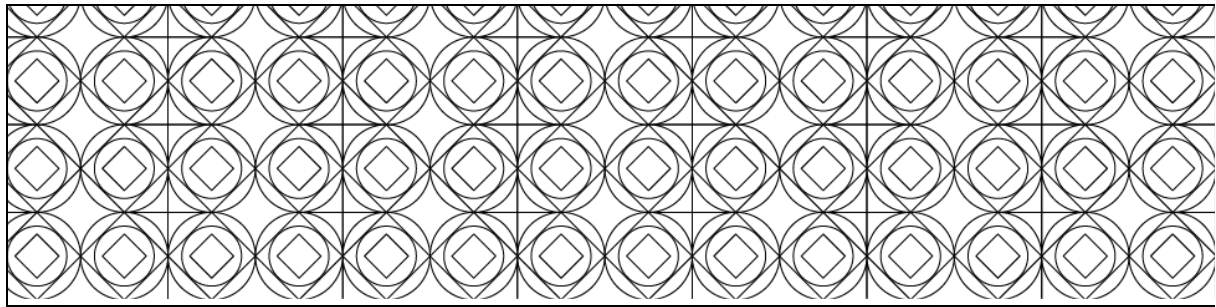
Referencia bibliográfica

ZAMORA, K. (2014). Política de Financiamiento y Gestión de Fondos Federales. Análisis propositivo de cinco Universidades Públicas Estatales en México. Universidad de Guadalajara. Jalisco, México.

Notas

¹² Entendiendo tres formas de ver la calidad: 1) Calidad paradigmática: significa que las universidades consideran que lo están haciendo mejor que nadie, y lo siguen haciendo, y no les importa si los incluyen en los rankings o no. 2) Calidad comparativa: hace referencia al Benchmarking, es decir, se utilizan comparaciones con otras instituciones para poder decidir qué es lo que se debe de hacer, para ver la relación entre alumnos, profesores, etc. Y 3) Calidad programática: responde a las preguntas ¿Qué es lo que nos proponemos hacer? y ¿Qué tanto estamos logrando? Y entendiendo dos formas de ver la pertinencia: 1) Los resultados de aprendizaje que tengan los jóvenes les permitan desempeñarse con éxito en el mercado de trabajo; y 2) Los planes y programas de estudio sean atractivos para los estudiantes (Malo, 2014).

¹³ La razón fundamental por la cual los indicadores en educación superior son importantes se derivan fundamentalmente de cuatro cosas: 1) La complejidad y magnitud de lo que son las actividades y tareas de la educación superior; 2) La tecnología; 3) Al crecer los sistemas de educación superior, al crecer las universidades, al tener tantas personas en los sistemas educativos, la responsabilidad social de cada una de las instituciones hace cada vez más importante el usar indicadores; 4) La armonización de la contabilidad gubernamental, (Malo, 2014).



Descentralización de la oferta educativa como estrategia para ampliar la cobertura con equidad

MARÍA ISABEL ENCISO ÁVILA

FÉLIX BARRIOS MEDINA

MARÍA ENRIQUETA LÓPEZ SALAZAR

Resumen

En este documento se presentan los resultados de un análisis realizado a los datos de ingreso de los estudiantes admitidos en dos calendarios a la Universidad de Guadalajara, con el fin de identificar que la lógica de la descentralización de la oferta educativa estaba dando los resultados esperados de acercar el acceso a los servicios de educación superior en la regiones del estado de Jalisco. Se hacen dos acercamientos diferenciando a los estudiantes bajo el criterio de lugar de residencia: 1) Los estudiantes que radican fuera del estado y que para ellos implicará una migración temporal por motivos educativos. 2) Los estudiantes que radican en el estado diferenciado por metropolitanos y regiones.

Introducción

Desde su fundación, la Universidad de Guadalajara había operado con un modelo académico napoleónico, organizado en escuelas y facultades en donde se inscribían los estudiantes con un plan de estudios rígido. Sin embargo este modelo estaba viéndose rebasado a finales de la década de los ochenta por la creciente demanda de servicios universitarios, identificándose una serie de problemáticas (véase cuadro 1) en las que fue necesario intervenir para disminuir los efectos en la calidad educativa.

Cuadro 1. líneas de acción de la Reforma Educativa	
Problema	Línea de acción
Masificación y concentración de servicios universitarios en la zona metropolitana.	Planeación, descentralización y regionalización (Red Universitaria de Jalisco).
Ineficiencia administrativa y condiciones insatisfactorias de trabajo y estudio.	Modernización y flexibilización académico-administrativo.
Concentración de la matrícula en áreas tradicionales y obsolescencia en programas de estudio.	Actualización curricular y nuevas ofertas académicas.
Escasa capacidad para producir conocimientos.	Fortalecimiento de la investigación y el posgrado.
Improvisación de la planta docente.	Profesionalización del personal académico.
Escasa presencia de la Universidad en el impulso al desarrollo económico, social y cultural de la entidad.	Vinculación con el entorno social y productivo.
Escaso fenómeno cultural y deportivo.	Fortalecimiento de la extensión, difusión de la cultura y el deporte.
Insuficiencia financiera y dependencia casi exclusiva de los subsidios.	Diversificación de las fuentes complementarias de financiamiento.

Fuente: Universidad de Guadalajara, el proceso de reforma académica en la Universidad de Guadalajara 1989-1993.

Esta identificación permitió ordenar la intervención reformadora en torno a tres decisiones clave:

- .. La creación de una Red Universitaria conformada por centros universitarios regionales y temáticos, que sustituirían y reordenaban a las escuelas, facultades, institutos y centros de investigación existentes, por una red de divisiones y departamentos localizados en los centros mencionados; además de integrar todas las escuelas preparatorias al Sistema de Educación Media Superior.
1. La creación de la figura de profesor-investigador, en el marco de la creación de un nuevo Estatuto de Personal Académico, lo que implicó la reconversión del personal docente y de investigación en profesor-docente o profesor-investigador.
2. La formulación de una nueva Ley Orgánica que sustituyera a la entonces vigente (1952), que diera sustento jurídico a las transformaciones diseñadas.

La estrategia que asumió la Universidad de Guadalajara (Rosario, 1999), se caracterizó por una transformación estructural que fue radical, puesto que se modificaron las unidades académicas del modelo napoleónico para transitar al modelo departamental con una estructura divisional, pero también un proceso de descentralización y regionalización con once centros, seis temáticos y cinco regionales (véase cuadro 2). En los últimos años se ha experimentado el crecimiento en centros regionales con la creación de cuatro más, el más joven en 2011, en Zona Metropolitana de Guadalajara.

Cuadro 2. Composición de la Red Universitaria		
Centro	Año	Tipo
CUAAD-Arte, Arquitectura y Diseño	1994	Temático
CUCBA-Ciencias Biológicas y Agropecuarias	1994	Temático
CUCEA-Ciencias Económico-Administrativas	1994	Temático
CUCEI-Ciencias Exactas e Ingenierías	1994	Temático
CUCS-Ciencias de la Salud	1994	Temático
CUCSH-Ciencias Sociales y Humanidades	1994	Temático
CUALTOS-Tepatitlán de Morelos	1994	Regional
CUCIENEGA-Ocotlán	1994	Regional
CUCOSTA-Puerto Vallarta	1994	Regional
CUCSUR-Autlán de Navarro	1994	Regional
CUSUR-Ciudad Guzmán	1994	Regional
CUNORTE-Colotlán	2000	Regional
CUVALLES-Ameca	2000	Regional
CULAGOS-Lagos de Moreno	2004	Regional
CUTONALÁ-Tonalá	2011	Regional

Fuente: Construcción a partir de los datos <http://www.udg.mx/es/red-universitaria>. Recuperado el 05 de septiembre de 2014.

Se menciona en la normatividad que “La organización en red tenderá a lograr una distribución racional y equilibrada de la matrícula y de los servicios educativos en territorio del estado de Jalisco, a fin de contribuir a la previsión y satisfacción de los requerimientos educativos, culturales, científicos y profesionales de la sociedad” (H. Congreso del Estado de Jalisco, 1994), donde los centros universitarios son las entidades universitarias responsables de la administración y desarrollo de los programas académicos de nivel superior y de los programas de educación medio terminal. Por sus características, los centros universitarios se clasificaron en temáticos o regionales. Los primeros, se caracterizan por organizar y administrar sus programas académicos con base en áreas afines del conocimiento o campos de una profesión específica. Mientras que los regionales son responsables de atender las necesidades de sus respectivas zonas de influencia y tienen un carácter multidisciplinario.

Al comenzar a funcionar la Red Universitaria, los centros regionales representaban el 12 por ciento del total de la matrícula de licenciatura, en el 2004 alcanzaron el 28 por ciento de la

matrícula del nivel licenciatura (Universidad de Guadalajara, 2006). En el 2014 hubo una captación del 38 por ciento del total de matrícula de licenciatura (Universidad de Guadalajara, 2014a), lo cual sigue implicando una concentración de la matrícula en la zona metropolitana, en particular en los centros temáticos. Por lo tanto resulta interesante valorar si la elección de los aspirantes se vincula con el propósito de acercar los servicios educativos.

Fundamentos teóricos

Para intentar explicar si la estrategia de descentralización de los servicios educativos contribuye a la equidad en el acceso a la educación superior, se ha decidido combinar dos visiones: la del sistema educativo con una peculiaridad de su función de forma estructurante, en contraste con la perspectiva de los sujetos beneficiados.

Visión macro

De tipo estructural, vinculada al concepto de “desarrollo” bajo la postura de teoría de capital humano, donde lo que se trata es atender a una demanda potencial no atendida, y donde la equidad se resuelve con una estrategia de tipo distributiva, esperando como efecto la disminución de la pobreza.

En este sentido es indudable la tendencia cada vez más creciente en las políticas, cuando menos de las cuatro últimas décadas en México, con acciones para lograr una sociedad cada vez más equitativa donde las desigualdades sean compensadas para un desarrollo equilibrado. Normalmente estas desigualdades están dadas por condiciones de índole geográfica, en particular vinculadas a polos de desarrollo, es decir la lógica de centro y periferia, como las zonas o regiones rurales y deprimidas, o incluso en las zonas marginadas en las ciudades a las que se le suman las ineficiencias del sistema que propicia una desigualdad educativa real en el acceso del nivel superior. Una de las acciones más visibles es el hecho de expandir la oferta educativa bajo el supuesto de un efecto inmediato en la disminución de la desigualdad en el acceso a la educación superior.

Visión micro

Por otro lado, es importante asumir la otra postura desde la visión de los beneficiarios de esta política, es decir, las personas aprovechan de manera distinta las oportunidades que brinda el sistema educativo según las perciban y pueden provocar efectos diferentes a los que la política persigue, es decir, desde la perspectiva de la teoría racional (Crozier & Friedberg, 1990). La forma en la que los estudiantes y sus familias toman la decisión de acceder a la universidad, de mantenerse en el lugar de residencia o migrar de forma temporal, no sólo implica la cercanía del servicio, también se involucran otros factores como el prestigio de la institución, el reconocimiento de la profesión, el valor en el mercado laboral pero también el reconocimiento o estatus social que se puede adquirir.

Objetivos

- Describir los resultados de la descentralización de los servicios educativos a favor de la cobertura y equidad en el acceso.
- Conocer las lógicas de selección de sede de los aspirantes a partir de su lugar de residencia.
- Identificar si es visible para los aspirantes de otros estados la red universitaria de la Universidad de Guadalajara.

Metodología

Se realiza el análisis de corte cuantitativo (Briones, 2002), y bajo un estudio descriptivo con información del grupo de investigación de los aspirantes admitidos a la Universidad de Guadalajara para los ciclos 2007B y 2008A, proporcionada por la Coordinación General de Control Escolar (Universidad de Guadalajara, 2013), para el análisis de trayectorias escolares,

por ser una información que contiene datos de todos los centros universitarios y cuenta con el dato de lugar de residencia como una variable fundamental para el análisis realizado sobre cobertura. Es importante señalar que estos datos son proporcionados por los aspirantes al momento de realizar el trámite de ingreso. Se realiza el análisis con el total de la población de aspirantes admitidos que cuentan con el dato de lugar de residencia, siendo un total de 21,136. El análisis se divide en dos rubros el análisis: los residentes de Jalisco, que representan el 94 por ciento, y el 6 por ciento de la población de otros estados.

La variable principal de clasificación es el lugar de residencia, para los que viven en Jalisco se construyó una variable compuesta. A partir de la zona de influencia de los centros regionales o temáticos se clasifica el centro universitario que correspondería, atendiendo a la distancia de la oferta educativa de la Universidad de Guadalajara. De tal forma, se pudiera identificar algunas lógicas para decidir inscribirse o no en el Centro Universitario más cercano.

Resultados

En todos los centros universitarios, tanto temáticos como regionales, existe presencia en mayor o menor medida de estudiantes provenientes de otros estados de la república. En los centros temáticos, el de mayor presencia de estudiantes foráneos es CUCS, con el 8% de admitidos, en segundo lugar se encuentra el CUAAD, con 7%, y CUCBA, con 6%. En los centros regionales se destacan dos por tener mayor presencia de estudiantes de otros estados: CUNORTE, con el 30%, y CUCOSTA, con el 16% del total de admitidos.

Estudiantes residentes de otros estados de la república

Se identifican dos lógicas para inscripción en los estudiantes admitidos con residencia en otros estados de la república (véase imagen 1). En los estados colindantes a Jalisco se distribuye su decisión entre temáticos, pero también hay una proporción importante para elegir el centro regional más cercano a su estado, como son los casos de Guanajuato, que el 58% elige temático, y el 18% se queda en CULAGOS, al igual que Aguascalientes con el 23%. Entre los residentes de Colima, el 49% se inscribe a CUSUR, en Michoacán el 32% se inscribe en CUCI, el 70% de Nayarit ingresa a CUCOSTA.

Mientras que Baja California Sur, Sinaloa, Zacatecas y San Luis Potosí se distribuyen entre temáticos y varios regionales. Es importante señalar que en estos estados es fuerte la presencia de las asociaciones de egresados de la Universidad de Guadalajara, quienes sirven de puente entre los aspirantes y la universidad, apoyándolos con los trámites de primer ingreso. Los aspirantes del resto de los estados se inscriben sólo en temáticos.



Imagen 1. inscripción a centros temáticos y regionales

Fuente: Elaboración a partir de los resultados.

Estudiantes radicados en Jalisco

Para los estudiantes que su residencia es en Jalisco, se esperaría que su inscripción fuera en el centro universitario más cercano a su domicilio. Sin embargo esta lógica administrativa con la que se realiza la descentralización de los servicios educativos de la Universidad de Guadalajara no es la misma para los estudiantes en la elección de sede. Se identifican (imagen 2) como centro universitario que retienen en mayor proporción a estudiantes residentes en su zona de influencia a los temáticos y CUCOSTA, con más del 90%, después CUNORTE, CULAGOS con el 88% y en tercer lugar CUSUR y CUCI con el 72%.

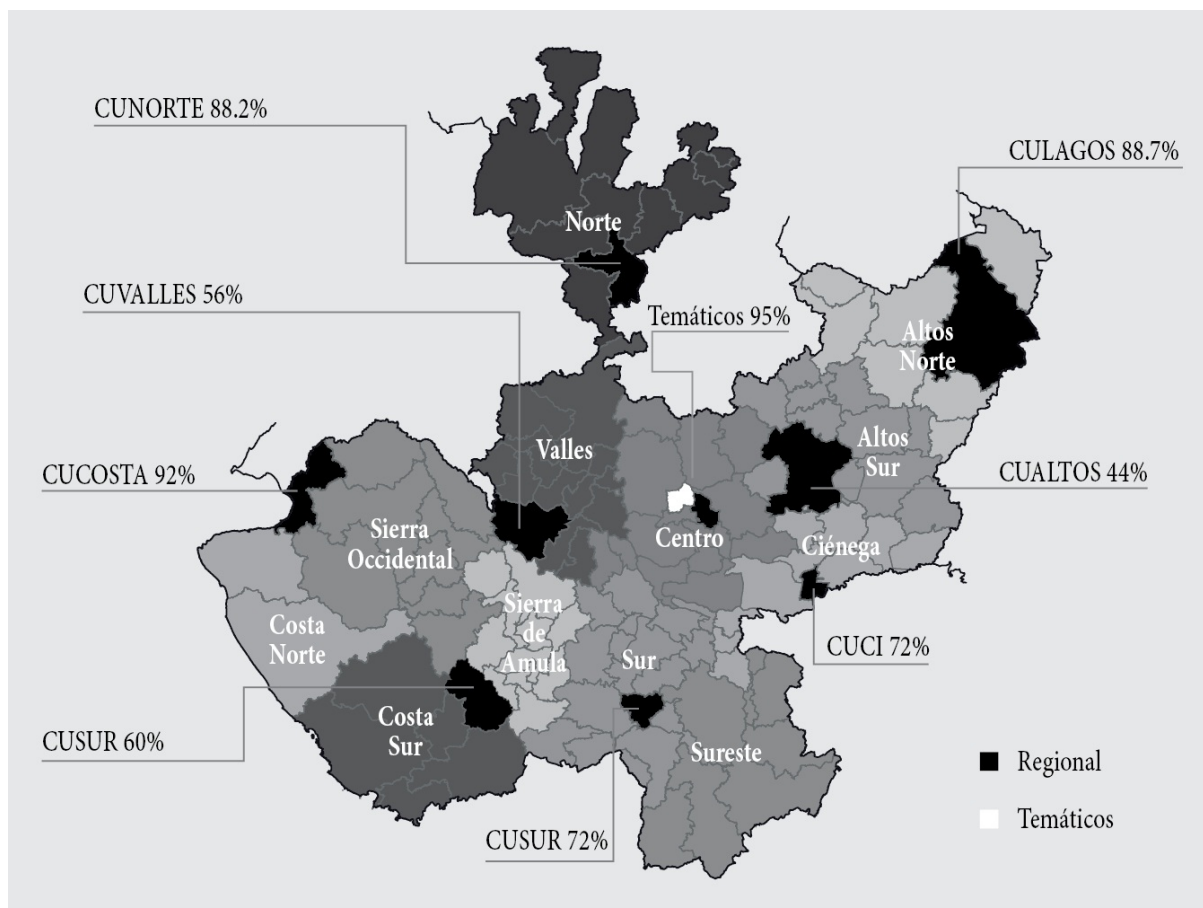


Imagen 2. Porcentaje de inscritos De acuerdo con su lugar de residencia
Fuente: Elaboración a partir de los resultados.

Resulta necesario explicar el porcentaje complementario para cada centro universitario a donde trasfiere la preferencia de los estudiantes bajo el criterio de los de mayor retención de la población de su zona de influencia (mayor al 70%) y los de menor retención (inferior al 70%), con el fin de valorar si pueden evidenciarse algunas estrategias para la elección de sede.

.. Centros Universitarios con mayor retención

En el caso de los temáticos, el mayor porcentaje se concentra en el CUCI, principalmente en las carreras de Abogado semiescolarizado (30%), Abogado (14%), Periodismo (16%), y Psicología (7.4%), sin embargo también hay transferencias a los demás centros.

El Centro Universitario de la Costa trasfiere el 5.4% a los centros temáticos. El de mayor porcentaje es CUCEI, la diferencia de porcentajes se distribuye en los demás centros regionales, con excepción del CUNORTE.

El CUNORTE trasfiere preferencias a los centros temáticos, con el 10.3% a las carreras de Médico Cirujano y Partero, Estudios Políticos y Gobierno, Negocios Internacionales, Arquitectura y Diseño Industrial; en los regionales hay estudiantes en Ciénega, Costa, Lagos. En el Centro Universitario de los Lagos la transferencia más alta es a los centros temáticos, con 7.9 en los centros CUCEI y CUAAD, mientras que en los regionales de CUALTOS, CUCI, CUCOSTA y CUSUR.

Para los casos de CUSUR, las transferencias son principalmente a temáticos, y en regionales se transfieren a todos pero los de mayor proporción, con el 4%, son CUCSUR y CUCI. En el caso del CUCI, trasfiere el 20% a temáticos y en regionales principalmente a CUALTOS. Hay dos centros a donde no trasfiere, CUNORTE y CUCSUR.

!. Centros universitarios con menor retención

Para los estudiantes, el Centro Universitario de los Altos resulta atractivo para estudiar en un centro temático, dada su cercanía a la zona metropolitana. El 28% se inscribe en temáticos, siendo el de mayor proporción CUCEI, con el 9.4%, seguido de CUCEA y CUCS, con 5.6%. En las transferencias para los regionales se muestra un porcentaje alto hacia CULAGOS (14.8%) y CUCI (11.8%), siguiendo la lógica de la cercanía.

En el caso de Valles, es de los centros con una proporción más alta de porcentaje de transferencia a los centros temáticos, con el 33.4%, en los centros con mayor preferencia CUCEA,

CUCEI, CUCS y CUCBA. Pero también trasfiere a todos los centros regionales los que tienen mayor proporción son CUCOSTA y CUSUR.

En el caso de CUCSUR, su diferencia con los otros dos centros de menor retención es la no cercanía con los centros temáticos, sin embargo transfiere el 17% de sus estudiantes principalmente a CUCEI, CUCS Y CUAAD. Mientras que entre los regionales se encuentren CUSUR con el 14% y CUCOSTA con 4.7%.

Reflexiones finales

Se ha podido observar que, tanto a los estudiantes residentes en otros estados como los residentes de Jalisco, el factor de la ubicación geográfica les permite acceder a información clave para tomar una decisión de la elección de la sede. Para los aspirantes de otros estados es más común relacionar a la Universidad de Guadalajara con la Zona Metropolitana de Guadalajara y por tanto se inscriben en un temático, a diferencia de los que se encuentran colindando con Jalisco y les es más fácil acceder a la información de un centro regional, lo cual permite afirmar que la perspectiva de racionalidad limitada es aplicable para explicar las decisiones de los aspirantes.

También resulta importante resaltar que la lógica de los polos de desarrollo se mantiene en los centros regionales donde sus sedes tienen una economía sólida y han adquirido el estatus de ciudades medias como Puerto Vallarta, Lagos de Moreno y Colotlán. Sin embargo, el hecho de acercar la oferta a la población objetivo no ha sido una estrategia suficiente para permear las decisiones de la familia y los estudiantes por retenerlos en su lugar de origen, prueba de ello es que las regiones concentran el 38 por ciento de la matrícula como evidencia de 20 años de la entrada en operación de la red universitaria. Lo hace evidente la necesidad de conocer los supuestos utilizados para tomar las decisiones que permitan acciones complementarias.

Como bien se menciona, los efectos de la oferta no son inmediatos en términos objetivos de los indicadores de cobertura, pero se hace evidente que los centros regionales han sido un factor importante para promover la equidad en el acceso a la educación superior; tal como se demuestra en un estudio realizado a egresados de la universidad, donde la proporción provenientes del origen social bajo son al 54 por ciento en comparación con los temáticos que responden a una lógica elitista con el 42 por ciento de egresados de origen social alto (Enciso, 2013).

A pesar de que los centros universitarios temáticos retienen al 95 por ciento de sus estudiantes, existe una transferencia a los regionales por la oportunidad de ingreso que pueden ofrecer en determinadas carreras en estos centros. Pero se ha demostrado que esta forma de ingreso se puede tipificar como una estrategia de ingreso a la Universidad de Guadalajara ante la alta tasa de no admisión en ciertas carreras como la de médico y abogado; de tal forma que su aparente migración a las regiones es de manera temporal, de uno o dos ciclos, para después solicitar el cambio al centro temático que corresponda al programa. A esto se le ha denominado deserción interinstitucional, como se reporta en un estudio realizado en el CUCS, donde “el 44.5% lo hacen procedentes de la misma carrera, lo que implica un traslado del estudiante de un Centro universitario regional a un Centro universitario metropolitano” (Figuroa, 2012).

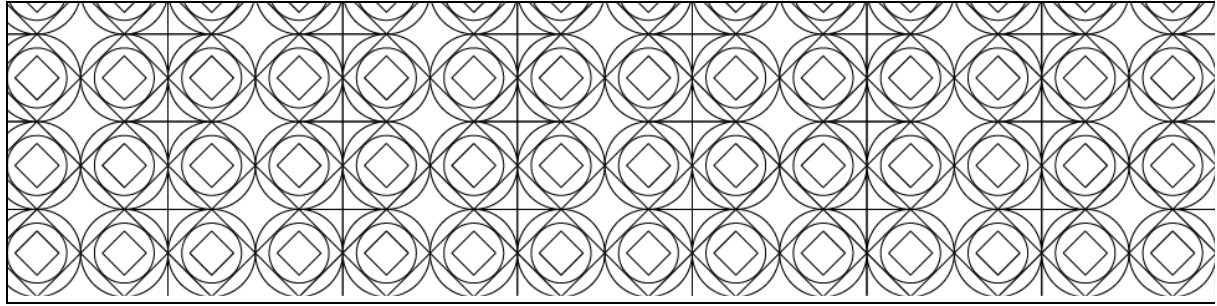
En cuanto a los centros regionales, llama la atención que todos transfieren a los temáticos una buena proporción de sus estudiantes, pero también se perciben las transferencias a otros centros regionales. Por lo general, la mayor proporción es a centros de mayor cercanía geográfica. Se puede inferir que por las vías de comunicación le es más accesible llegar a un centro que por la zona de influencia se había asignado, pero también podría influir la oferta educativa al no encontrar el programa de su preferencia.

Con el fin de validar esta afirmación, es necesario profundizar en el análisis. Este primer acercamiento describe la decisión final pero hace falta identificar los criterios de selección, por lo que será necesario considerar la oferta educativa de los centros regionales y las versiones personales de los estudiantes para tomar la decisión de migrar, que permita explicarnos con mayor profundidad el fenómeno.

Referencia bibliográfica

BRIONES, G. (2002). Metodología de la investigación cuantitativa de las ciencias sociales. Bogotá: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior.

- CROZIER, M. & FRIEDBERG, E. (1990). El actor y el sistema. Las restricciones de la acción colectiva. México: Patria.
- ENCISO, M. I. (ENERO-MARZO DE 2013). El origen social de los graduados y la equidad en el acceso a la universidad. *Revista de la Educación Superior*, XLII(165), 11-29.
- FIGUEROA, M. (2012). Los estudiantes del Centro Universitario de Ciencias de la Salud y los procesos de deserción intrainstitucional: Una dimensión no explorada en la universidad de Guadalajara. Guadalajara, Jalisco: Universidad de Guadalajara.
- H. CONGRESO DEL ESTADO DE JALISCO. (1994). Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara. Guadalajara, Jalisco.
- ROSARIO, V. M. (1999). La Universidad de Guadalajara: entre la repetición o transformación. En C. V. Muñoz, *La universidad en México: Retos y transformaciones* (pp. 11-28). Guadalajara, Jalisco: UdeG.
- UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA. (1993). Red Universitaria en Jalisco. Modelo General. Guadalajara, Jalisco: UdeG, DIRPLED.
- UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA. (1993). Taller de análisis de la propuesta de modelo básico de organización de la red universitaria en Jalisco de la Universidad de Guadalajara. Guadalajara, Jalisco: UdeG.
- UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA. (1994). El proceso de Reforma Académica en la Universidad de Guadalajara 1989-1993. Guadalajara, Jalisco: UdeG.
- UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA. (2006). Diez años de la Red Universitaria en Jalisco. Guadalajara, Jalisco: UdeG.
- UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA. (2013). Encuesta de ingreso a los aspirantes a licenciatura ciclo 2007 b y 2008 a. Guadalajara, Jalisco: Coordinación General de Control Escolar.
- UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA. (2014a). Formato 911 Informe 2013-2014. Guadalajara, Jalisco: Coordinación General de Planeación y Desarrollo Institucional.
- UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA (5 de septiembre de 2014). Red Universitaria. Obtenido de UdeG: <http://www.udg.mx/es/red-universitaria>



Análisis crítico sobre nuevo institucionalismo y su impacto en la nueva política social

JOSÉ G. VARGAS HERNÁNDEZ

CARMEN LETICIA BORRAYO RODRÍGUEZ

ADRIÁN DE LEÓN ARIAS

ANDRÉS VALDEZ ZEPEDA

CARLOS IVÁN MORENO ARELLANO

Resumen

Este trabajo se propone hacer una reflexión y análisis sobre el impacto que los marcos de referencia teórico-metodológicos de los diferentes acercamientos neo-institucionales tienen en la política social. El trabajo se cuestiona la funcionalidad y continuidad de las instituciones que tienen a su cargo las funciones de diseñar e implementar los programas de política social, dados los cambios profundos en el entorno de procesos de globalización económica. El método usado principalmente se centra en el análisis crítico y en la reflexión. Se concluye que las instituciones de bienestar y seguridad social deben desarrollar las capacidades tecnológicas, organizacionales y administrativas para crear y mantener efectos institucionales que van más allá de ser conductores para la eficiencia, la efectividad y el desarrollo equitativo.

Introducción

El objetivo de este trabajo es delimitar los marcos de referencia que facilitan el análisis sociológico, económico e histórico de las instituciones del sistema de bienestar que diseñan e implementan los programas de políticas sociales. Los marcos de referencia teórica metodológica son de utilidad para decidir el tipo de investigación empírica y las formas en que se dan sentido a las instituciones a cargo de las prácticas de bienestar en situaciones más específicas y concretas.

En este análisis, primeramente se reflexiona sobre los alcances de la nueva economía institucional, posteriormente se delimita el rol que juegan las instituciones en el diseño e implementación de la política social en los sistemas de bienestar y seguridad. Sin embargo, a pesar del importante papel y las funciones que las instituciones han desempeñado en forma eficiente, a partir de los cambios en las estructuras de las instituciones públicas de los sistemas de seguridad y bienestar, éstas han mostrado sus disfuncionalidades y discontinuidades. Finalmente, se determinan las implicaciones que estos cambios profundos en las instituciones tienen en la entrega de servicios y beneficios de la política y seguridad social.

La nueva economía institucional

A finales de los setenta se inició un movimiento a través de muchas de las ciencias sociales, pero especialmente para las teorías institucionalistas. Este movimiento que inicia la historia de las reformas administrativas del estado de bienestar bajo la común preocupación de una fuerte

lucha por el redescubrimiento de las instituciones. A este nuevo movimiento se le refiere como nuevo institucionalismo o neo institucionalismo y comprende varios acercamientos teórico-metodológicos que tienen como característica común que intentan explicar el impacto del fenómeno social denominado instituciones, en los asuntos económicos, sociales, políticos, etc.

Estos acercamientos teórico-metodológicos relacionan amplios aspectos entre varios ideales de ciencias sociales y acercamientos relacionados con los temas de la ontología y los conceptos de racionalidad que se reproducen bajo el enfoque común del nuevo institucionalismo. El neo-institucionalismo como acercamiento teórico-metodológico se delimita desde tres grandes enfoques: el institucionalismo sociológico, el institucionalismo histórico y el institucionalismo de elección racional.

Tabla 1. Análisis comparativo de los principales enfoques del institucionalismo			
	Institucionalismo sociológico	Institucionalismo histórico	Institucionalismo de elección racional
Institución	Cualquier interacción social de una calidad que se da por dada	Estructuras formales e informales, no clases o normas	Reglas y procedimientos formales e informales
Ontología	Constructivismo fuerte	Constructivismo débil	Realismo
Racionalidad	Institucionalidad/ apropiabilidad	Apropiabilidad	Instrumentalismo
Objetos de estudio clave	Campos organizacionales	Políticas públicas y constelaciones de poder	Resultados de elección pública
Autores ejemplares	Brunsson, DiMaggio, March, Meyer, Olsen, Powell, Scott	Hall, Pierson, Rothstein, Skocpol, Skowronek, Steinmo, Thelen, Weir	Levi, Hedström, North, Shepsle, Weingast, Williamson
Fuente: Elaboración propia, con base en las contribuciones de los diferentes autores.			

El institucionalismo sociológico se le relaciona con la historia de reformas de cambio plus. Al institucionalismo histórico se le relaciona con los cambios centrados en la historia del pluralismo estructural. Finalmente, al institucionalismo de elección racional se le relaciona con la administración tradicional que busca la eficiencia. Los institucionalismos histórico y sociológico tienen en común un punto dinámico de metas, las cuales pueden ser y dan forma a las instituciones, a diferencia del institucionalismo de la elección racional. Por otra parte, el institucionalismo de elección racional y el institucionalismo sociológico comparten una ambición universal, en tanto que el institucionalismo histórico se dirige a una teoría de rango medio bajo el postulado de que la historia de las instituciones es muy importante.

En el institucionalismo de la elección racional, las metas se relacionan como exógenas y los factores institucionales forman las estrategias y medios. El institucionalismo histórico, como la historia del pluralismo estructurado, es un recuento empírico de los desarrollos de la reforma administrativa, y un acercamiento de investigación futura que crea espacios para procesos complejos, difíciles de determinar el inicio (Fry, 1995, Richards, 1997).

Estos acercamientos de la teoría social están tratando la emergencia, el desarrollo y evolución de las instituciones relacionadas con las prácticas del bienestar social. No obstante, los análisis desde la nueva economía institucional son escasos. Ninguno de los análisis sobre las instituciones de bienestar y las políticas sociales opera como marco de referencia coherente para el estudio sociológico y económico del bienestar, aunque estas investigaciones contribuyen a proveer importantes elementos para el análisis.

Desde una perspectiva de la nueva economía institucional, la política social refleja y refuerza la distribución del poder en las estructuras económicas y sociales y los valores culturales contextualizados entre los grupos sociales y el género. La lógica de las relaciones entre el gobierno de un Estado centralizado en materia de instituciones de bienestar social y las instituciones domésticas, con tendencia a ser patriarcales, generan tensiones competitivas creadas por una coexistencia de formas institucionales que son clave para entender, por ejemplo, las disfuncionalidades del género en la división entre lo público y lo privado.

La contextualización del análisis desde la nueva economía política requiere la comprensión de los cambios en la dinámica económica, social y política, de la legislación, y la implementación de políticas sociales de la sociedad en estudio. El análisis centrado en el institucionalismo histórico comparativo enaltece la comprensión de la evolución de la diversidad social de las instituciones y organizaciones desde una perspectiva histórica y desde la diversidad requerida para examinar la evolución institucional. Las instituciones se perciben como políticas locales donde las relaciones, contestación, la negociación y la lucha entre los diferentes grupos sociales ocurren

como un asunto de rutina (Clegg, 1989). Por lo tanto, los procesos de cambio institucional sirven para el enfoque y la intensidad de las luchas políticas.

Se asume en la nueva economía institucional que las instituciones de los estados, mercados y sociedad civil son el resultado y a su vez son contribuyentes a los ambientes culturales e institucionales en los cuales están históricamente localizados. Este análisis tiene que distinguir las condiciones de las posibles soluciones de desempeño institucional en función de los ambientes institucionales. Por ejemplo, las relaciones entre los burócratas del Gobierno del estado y los grupos de negocios se caracterizan por una autonomía involucrada (Evans, 1995).

Esta autonomía involucrada es un marco de referencia para programar un desarrollo coherente, conectado y cohesivo que emerge como resultado de un conjunto concreto de relaciones sociales y económicas. Por lo tanto, estas relaciones sociales y económicas unen a las instituciones del Estado con las instituciones de la sociedad y proveen canales institucionalizados para la negociación y renegociación continuada de metas y políticas sociales y seguridad social.

El acercamiento de la sub-socialización de los arreglos institucionales impersonales, con sus improbables predicciones de orden o desorden universal (Granovetter, 2004) y el acercamiento de involucramiento (Polanyi, 1944, 1957; Beckert, 2007), asumen que la estructura social determina la distinción entre mercados y jerarquías empleados por los economistas neo institucionales para explicar el teorema de Coase. Un arreglo institucional existente representa un orden establecido y un patrón de interés y distribución del valor entre los diferentes grupos de interés. La noción de involucramiento a nivel micro se refiere a las conexiones intra comunitarias y a las redes extra comunitarias, mientras que a nivel macro se refiere a las relaciones del Estado con la sociedad, la capacidad institucional y la credibilidad.

La credibilidad de las instituciones de los nuevos gobiernos democráticos se sustenta en su capacidad para nutrir las instituciones de bienestar de la sociedad civil que previenen la anomia y la enajenación del ciudadano (Hagan, Merkens y Boehnke, 1995; Mishler y Rose, (1997), Inglehart (1977) y Woller, 1996). Esta anomia ciudadana es un elemento endémico de todas las transformaciones sociales (Galtung, 1995).

El neo institucionalismo comparativo expande el desempeño institucional en forma empírica no normativa cuando considera que el involucramiento en las relaciones sociedad-Estado-mercado a nivel macro en la procuración de las políticas sociales, puede ser sinérgico si se logra la autonomía con coherencia institucional, la competencia y la capacidad como componentes de la integridad organizacional. Así, la existencia de las instituciones de bienestar son distinguidas no tanto por sus cualidades informales y formales siempre presentes, sino más bien por las estructuras de las relaciones personales y las redes de relaciones entre y dentro de las firmas.

Desde el acercamiento de la nueva economía institucional, la noción de involucramiento es útil para explicar las relaciones económicas de las instituciones de los sistemas de bienestar y de la política social. El alto grado de densidad y características de las relaciones sociales y económicas que se realizan con la implementación de programas de política social imponen considerables restricciones a los miembros de las comunidades que intentan hacer modificaciones de la membresía a redes de intercambio de bienestar más grandes, extensas y sofisticadas, coordinadas por instituciones formales, complejas, y el Estado de Bienestar.

Las formas de intercambio están intrincadas con redes de relaciones sociales que padecen problemas en la coordinación de intercambios de beneficios debido a las implicaciones para obtener la participación en las nuevas formas institucionales. La tendencia de la participación pública en el contexto de la política social tiende a ser automática, no restringida, peligrosamente disfuncional con sistemas políticos y administrativos (Cupps, 1977: 478). La consulta se convirtió en la norma, institucionalizada como un componente estandarizado del proceso político.

Durante los 90, las leyes dieron a las personas afectadas por las nuevas regulaciones el derecho a negociar sobre el contenido de la política social. Por lo tanto, el proceso de decisión se ha movido más allá de la consulta para juntarse con las reglas de decisión. El neo-institucionalismo comparativo identifica explícitamente las relaciones sociales autónomas e involucradas en la procuración de la política social como formas distintas de capital social. El capital social se define como la naturaleza y el grado de las relaciones personales en la comunidad y las institucionales, las cuales, de hecho, determinan los tipos y las combinaciones de estas relaciones.

La economía neo-institucional prueba que los arreglos contractuales del mercado no son superiores a las relaciones jerárquicas porque pueden causar problemas que surgen de las relaciones entre el principal-agente, tales como selección adversa y daño moral por costos de

transacción desde la formulación y vigilancia de contratos (Le Grand and Bartlet, 1993: 19-34). Las preocupaciones de la economía y sociología clásicas se centran en la naturaleza y el grado de las relaciones sociales que varían dentro y entre diferentes sectores institucionales. Sin embargo, las tareas desempeñadas por estas relaciones necesariamente cambian cuando el intercambio económico llega a ser más sofisticado.

La confianza y las normas de reciprocidad, la justicia y la cooperación entre los agentes del bienestar y la seguridad social son atributos de beneficios nutridos por combinaciones particulares de relaciones sociales que son innegablemente importantes para facilitar y reforzar el desempeño institucional eficiente. Sin embargo, estos atributos no existen independientemente de las relaciones sociales. En todo caso, la existencia de poco o mucho del capital social en cualquier nivel institucional puede impedir el desempeño económico de las instituciones.

Los neo-institucionalistas comparativos de desarrollo (Portes y Sensenbrenner, 1993) han tratado los diferentes elementos implícitos en los aspectos positivos tanto de los grupos y comunidades particulares como de las instituciones de política social en que su capital social puede ayudar a producir otras cualidades deseables en los bienes y beneficios públicos de los grupos. Si se cultivan, se mantiene el capital social en las organizaciones sociales, las relaciones beneficiosas entre las comunidades y las instituciones del sistema de bienestar, y se disipan los efectos negativos, la discriminación, etcétera.

El enfoque neo-institucional a nivel macro de Portes y Sensenbrenner (1993) identifica las relaciones institucionales sinérgicas del Estado y la sociedad en países en desarrollo donde los ambientes socio-políticos y económicos son más predatorios. Sin embargo, las limitaciones conceptuales y empíricas de la literatura institucionalista comparativa sugieren la necesidad de un más amplio y más dinámico modelo que abarque ambos dominios.

La literatura neo-institucionalista comparativa identifica diferentes tipos de relaciones sociales que contribuyen a la formación de capital social, cuya presencia, ausencia e interacción tienen consecuencias en la efectividad y eficacia de los programas de políticas sociales. Las instituciones cohesivas y coherentes se esfuerzan por empoderar a diversos grupos de la sociedad civil para facilitar el desarrollo de autonomía beneficiosa en la rendición de cuentas hacia dentro y entre los diversos grupos sociales beneficiarios de políticas sociales.

La construcción de la racionalidad de los agentes (teoría de la elección racional o racionalidad instrumental) y el acercamiento al resultado de las instituciones, normas primordiales o cultura (institucionalismo), para explicar o refutar los argumentos de la presencia de las relaciones sociales en cualquier lugar y tiempo, limitan los alcances de la investigación en el campo de las políticas públicas. El análisis centrado en explicaciones sociales estructurales de la actividad económica que identifica los tipos y combinaciones de las relaciones sociales involucradas, el ambiente institucional que les da forma y su emergencia histórica y continuidad, es un acercamiento más coherente para el estudio de las políticas sociales.

Las configuraciones institucionales afectan las fuerzas que moldean la gobernabilidad y gobernanza de las estructuras de poder que forman el Estado. Las configuraciones institucionales son formadas por las relaciones de las estructuras de instituciones y fuerzas competentes con y dentro del proyecto de construcción del Estado que se crea con el propósito lleno de ficción constitutiva en voluntad de estatidad que varía en espacio, porosidad y la forma de la división pública / privada (Gauri Viswanathau, 1995: 31; Suad, 1997). North (1996) hace énfasis en la necesidad de adaptar cambios y tomar riesgos para lograr la eficiencia entre las instituciones en los procesos de privatización y así resolver problemas sociales.

En este acercamiento estructuralista se considera que la política social testimonia las luchas de clases sociales por la defensa de sus propios intereses (Balwin, 1990) y el surgimiento de las estructuras institucionales del Estado de Bienestar y los conflictos de la sociedad moderna (Lowe, 1997) por lograr mejores niveles de bienestar y seguridad social. Los problemas de acción colectiva se relacionan con procesos históricos institucionales que involucran como variables mediadoras el grado de coordinación de las interacciones benéficas con las dimensiones y combinaciones de las relaciones sociales, son más constructivos.

Las instituciones de la política social

En referencia directa a las instituciones de bienestar, el Estado-nación es la institución más mitologizada de todas las instituciones modernas (Chandhoke, 1995). La política social que siempre se ha dado por supuesta y que ha tenido un rol relevante en el diseño del Estado de

Bienestar de la posguerra, se ha convertido en el cliché de la nueva política social. Más que sustentar las discusiones sobre la política social tradicional en acercamientos teórico-metodológicos, se han centrado en descripciones de los programas, enfatizando los buenos deseos para lograr objetivos de bienestar social.

La evolución del capitalismo industrial y las instituciones democráticas han dado origen a que los retos económicos de la clase trabajadora encuentren una posible solución en las relaciones entre los electores y el Estado. En este sentido, la política social pasa al terreno de la lucha de clases cambiante, con miedo al desorden y a la movilización popular. Con el desarrollo y expansión del comercio y la estabilización social, las instituciones del sistema nacional de bienestar se debilitan en la protección a los individuos contra las asperezas de las instituciones del mercado.

Desde la perspectiva del papel de las instituciones y las normas (institucionalismo), el análisis de los fenómenos económicos, y por ende de la política social, se suprimió en el siglo XIX cuando los economistas políticos clásicos y los utilitaristas se sustentaron en la riqueza de las naciones más que en la teoría de los sentimientos morales.

Weber (1991) consideró la confianza ejercitable en la política social y que las instituciones formales y los arreglos de grupos particulares usan diferentes mecanismos para dar cumplimiento con las reglas acordadas de conducta. Por ejemplo, mientras que las burocracias usan mecanismos legales racionales, las familias emplean mecanismos informales sustitutivos de política social. Los institucionalistas comparativos extienden la tesis weberiana argumentando la existencia de dos dimensiones organizacionales clave, las estructuras internas que establecen y perpetúan capacidad y credibilidad, y las relaciones internas de los beneficiarios y grupos de interés.

Los análisis de Foucault sobre el biopoder (1966, 1996) apuntan directamente al diseño e implementación de las prácticas asociadas con las instituciones de bienestar. Las instituciones que tienen a su cargo las prácticas del bienestar se involucran en procesos de control a través del ejercicio de diferentes formas de poder sobre los demás participantes. El campo del poder que ejercitan las instituciones sobre los ciudadanos se da en un espacio de relación entre los agentes e instituciones que tienen en posesión común el capital necesario para ejercitar las posiciones económicas, culturales y sociales dominantes.

El modelo institucional de Estado de Bienestar, de acuerdo con la tipología de Titmus (1974), es aquel que implementa programas de bienestar social, redistribuye los recursos y realiza la meta de igualdad. Los sistemas institucionales de bienestar se sustentan en la promoción de los valores de solidaridad e igualdad si los beneficios son universales, derivados de ingresos públicos generales.

Los otros dos modelos son el Estado de Bienestar residual, con programas que garantizan meramente un mínimo nivel de apoyo, y el modelo de logro-desempeño industrial, basado en principios de logro y estatus social. Los sistemas de bienestar basados en el logro proveen ganancias relacionadas con los beneficios, por ejemplo, recompensa por trabajo pagado y con base en las contribuciones a la seguridad social pero mantienen las diferencias de estatus entre los grupos sociales.

Los gobiernos conservadores desde 1974 han venido realizando cambios radicales y permanentes de políticas sociales e instituciones de bienestar inconvenientes para el modelo de Estado de Bienestar. Jessop (1990, 1994) argumenta la transición del Estado de Bienestar schumpeteriano, en el cual el empleo pleno local es priorizado a favor de la competitividad internacional y los derechos sociales redistributivos toman segundo lugar en una productivista y reordenada política social. Los instrumentos tradicionales de política social implementados son diferentes al modelo profesional. Los cambios han sido profundos, desde un acercamiento al papel y funciones del Estado de Bienestar en la provisión de servicios de bienestar para todos, a un rol diferente de proveer apoyos sólo para los pobres, en un tipo de política social más productivista y disciplinaria.

El capital social como acercamiento teórico para el análisis de la política social se sustenta y se extiende en los trabajos de Durkheim (2003), Weber (1991) y Simmel (1986) sobre las funciones de los diferentes tipos de las relaciones sociales que afectan los resultados institucionales. Los análisis de capital social sobre las políticas públicas desde los años 70, con enfoques teóricos y empíricos sustentados en los estudios de la nueva economía institucional comparada y la sociología del desarrollo económico, se ocupan de las relaciones institucionales del Estado y la sociedad a nivel macro.

El marco de referencia del capital social puede tener más influencia para el análisis geográfico de las instituciones que trascienden los niveles micro y macro. Lo cual parece ser

infructuoso. La investigación estratégica (Merton, 1987) facilita el análisis de dilemas del desarrollo en las sociedades pobres, por ejemplo, las tareas de abajo hacia arriba, de acoplar y desacoplar grupos sociales con requerimientos económicos expansivos y el establecimiento de una sinergia durable entre las instituciones de desarrollo coherentes con sus grupos constituyentes. Además, la forma en que las interacciones entre los grupos sociales y los constituyentes cambian la importancia relativa de cada dimensión.

Se ejemplifica con las instituciones de micro finanzas Grammen Bank en Bangladesh que benefician a grupos de mujeres pobres y que logran altas tasas de recuperación en una compleja estructura institucional que involucra ahorros rotativos, asociaciones de crédito, fuentes colaterales, etc. Las relaciones de los beneficiarios se formaron espontáneamente en una estructura de abajo hacia arriba como una reacción al aislamiento de las instituciones financieras tradicionales. Esta iniciativa es promovida por organizaciones no gubernamentales externas a las comunidades que sirven.

El concepto de habitus (Bourdieu, 1996, 1994, 1993, 1990, 1980; Calhoun, 1993) es relevante en las instituciones de bienestar como contacto entre las instituciones de la política social y los beneficiarios, en un campo de bienestar. El modelo del campo de bienestar apunta a la forma en que se canaliza el capital económico en los programas de política social. En este modelo de campo dinámico de bienestar, diferentes factores y mecanismos involucrados influyen internamente los esfuerzos del bienestar. Por lo tanto, las diferentes formas de política social, tales como las de salud, educación, alimentación, vivienda, empleo, seguridad social, etc., despliegan estructuras de dominación que activan diferentes habitus e intereses.

El modelo de campo de Bourdieu ofrece una herramienta realista para el análisis de las instituciones y prácticas del bienestar (Peillón, 1998) porque permite determinar el tipo y nivel de desarrollo de bienestar y sus implicaciones en las instituciones, políticas, programas y prácticas de bienestar social.

En Gran Bretaña, por ejemplo, las discusiones se acercan a los análisis de Kramer (1981) que enfatizan el papel del sector de agencias voluntarias y su función en el Estado de Bienestar. El nuevo modelo de bienestar británico impulsado por Thatcher está comprometido con la soberanía parlamentaria y la inserción de instituciones intermedias como el servicio civil de la autoridad ejecutiva. En consecuencia, en muchas áreas del poder del Estado, la tendencia hacia la centralización se ha incrementado, opuesto a la persecución de los procesos de descentralización (Martin, 1998). Como resultado, la vida ha llegado a ser más dura, aceptando las excusas y las apologías que ceden su lugar a una política social más consumista como parte de los incrementos de los costos de cambio económico, social y demográfico.

La teoría de la acción comunicativa formulada por Jurgen Habermas (1987), que analiza la colonización de la vida del mundo en relación con el bienestar social, hace un acercamiento a las instituciones del Estado de Bienestar que intercambian la obtención de su legitimidad por las recompensas monetarias. Por lo tanto, si las instituciones de bienestar son apoyadas para servir y se les permite a usar sus propios instrumentos, entonces simplemente pueden colonizar el mundo de las personas.

La literatura feminista sobre las instituciones de bienestar se dirige a analizar el desarrollo de los programas de política social. Los análisis centrados en las teorías feministas conectan la reproducción de desigualdades de género con las instituciones de bienestar y se enfocan en las diferentes formas en que la política social sostiene y refuerza la dependencia de la mujer. Las instituciones de bienestar gubernamentales y locales pueden desarrollar diferentes formas patriarcales que regulan y norman los comportamientos de género y parentesco a través de las diferentes formas y códigos de comunicación. Los modos de operación y prácticas subsidian las continuidades entre las diferentes esferas económicas, sociales, políticas, culturales, religiosas, etcétera.

Las críticas feministas se orientan a considerar la política social del Estado de Bienestar como un conjunto de relaciones de apoyo y de dependencia dentro de las familias, dando espacio a las mujeres para mantener los roles del cuidado y control de la reproducción.

El acercamiento del institucionalismo francés con sustento en la filosofía política europea da lugar al concepto de exclusión social y sus implicaciones políticas y sus relaciones con los mercados en el acercamiento de titularidad (Sen, 1987), el Estado, la ciudadanía y la sociedad civil. La exclusión social enfatiza la agencia y el papel de las instituciones sociales. Al extender el concepto de titularidad, Bartlett (1995) examina la significancia de la carencia de activos a la pobreza continuada de la pobre gente.

Por ejemplo, cuando las instituciones del sistema de bienestar no tienen voluntad para tratar con los ciudadanos por ser considerados como muy riesgosos, como los casos en que se apoyan

programas de financiamiento de vivienda con tasas de intereses altas e instituciones financieras informales, se forman mercados segmentados con consecuencias más adversas para los excluidos. El paradigma consumista en la reforma del sistema de bienestar del sector público es fácilmente susceptible de manipulación por los políticos y los administradores públicos para fortalecer y legitimar sus instituciones y su poder institucional contra el de los productores y consumidores.

La conexión de los fundamentos y funciones burocráticas entre los diferentes ámbitos institucionales (Rueschemeyer y Evans, 1985) del sistema de bienestar, las relaciones del capital social como recurso moral, la confianza y mecanismos culturales definen y refuerzan las fronteras del estatus de los grupos beneficiarios de la política social. No obstante, los conservadores relacionan el Estado con la sociedad en un juego de suma cero, en tanto las instituciones de la sociedad civil ganan lo que el Estado pierde.

No obstante, se dejan sin resolver las relaciones del capital social con infraestructura y contenido, medio y mensaje de las relaciones sociales. La infraestructura de las instituciones de bienestar, desde el lado de la oferta, y el comportamiento de los beneficiarios, desde la demanda, deben ser considerados en el diseño e implementación de los programas de asistencia social.

Estados con sistemas políticos y administrativos altamente institucionalizados enfatizan los diseños organizacionales para la formulación e implementación de la política social Aucoin (1990). Las reformas estructurales e institucionales del sistema de bienestar parecen ser inevitables para la modificación del modelo de administración pública tradicional —como resultado no siempre en la misma lógica institucional del amalgamamiento de elementos institucionales, contextuales y temporales.

Sin embargo, a pesar del anti-burocrático y post-burocrático clamor de la reforma institucional del sector público del sistema de bienestar, los resultados son inciertos en tanto implican negociación institucional entre la burocracia pública y el poder profesional que tratan de reconstituirse a sí mismos en su autonomía y dominación dentro de la nueva cultura administrativa y contexto.

Las reformas institucionales del sistema de bienestar pueden ser consideradas como procesos interactivos entre varios actores institucionales y burocráticos activamente involucrados en estrategias que promueven el auto interés en contextos contingentes y ambiguos. Los medios para perseguir las reformas institucionales del sistema de bienestar varían considerablemente según el locus y el enfoque, dependiendo de la historia, la política y los elementos institucionales de los estados nacionales involucrados, los motivos nacionales y los estilos de la reforma.

La aplicación de técnicas de la nueva administración pública rediseña las instituciones del Estado de Bienestar en un Estado Gerencial que modifica estructuras, comportamientos, procesos, cultura, ideologías y prácticas en las políticas de bienestar (Clarke & Newman, 1997).

En un contexto histórico e institucional marcado por un pluralismo heterogéneo de necesidades e intereses en conflicto, las reformas de la nueva gerencia pública de las instituciones de bienestar social, bajo el enfoque de la implementación, alienta los procesos de descentralización a favor de los sujetos institucionalmente autónomos, y se incrementan la consciencia y la responsabilidad.

Sin embargo, es en las clases sociales de los sistemas políticos donde son obviamente reflejados aquellos cambios genuinos que son parcial e imperfectamente traídos por la reforma administrativa. Más allá de un perfecto arreglo entre intención-resultados e impacto en los procesos de la reforma administrativa, se considera el valor dominante que establecen herencias políticas específicas y los arreglos institucionales incluidos y, quizás, particularmente, configuraciones entreveradas de poder específicas a las naciones individuales.

La orientación de los procesos de descentralización de las instituciones de bienestar social se enmarca en un contexto institucional basado en el principio cooperativo, sujeta a una lógica dualista orientada a determinar la separación entre las respectivas áreas de responsabilidad. La descentralización reacomoda los procesos institucionales caracterizados como signo del incremento en necesidades unitarias, la formación y crecimiento de ambos, el Estado Federal o unitarios, y los gobiernos locales.

La noción de subsidiariedad institucional favorece las iniciativas de organizaciones privadas, asociaciones y grupos sociales con la participación de las instituciones públicas. Bajo el principio de subsidiariedad, la descentralización ocurre en dos fases que son lógicamente distintas aunque estrechamente conectados para la determinación de criterios de asignación de poderes dentro de diferentes niveles institucionales de un lado y la distribución concreta de

poderes singulares del otro lado.

En la organización descentralizada se redefinen y rediseñan las relaciones existentes entre las estructuras del Estado nacional y las organizaciones e instituciones locales con autonomía como patrimonio. Las instituciones locales territoriales son parte de las estructuras del Estado unitario como una expresión de la voluntad de las partes definidas territorialmente del Estado comunitario. Sin embargo, los procesos de descentralización garantizan poco el balance de poder entre los diferentes niveles institucionales que se deja para la negociación.

Los cambios sutiles en el diseño e implementación de las políticas sociales modifican el financiamiento de los beneficios para transformar las instituciones que formulan e implementan políticas progresivas en regresivas o viceversa, tomando en cuenta los análisis comparativos de las situaciones locales e internacionales. El gobierno ya no es confinado solamente al Estado-nación, sino que ahora puede involucrar un rango de instituciones públicas y privadas que van de los niveles de lo nacional a lo local, a la comunidad y al vecindario, para alcanzar sus metas de provisión de bienestar social. Esto da lugar a una continuidad bajo nuevas formas de gobernanza (governance) y a la fragmentación en la entrega de los beneficios de bienestar y seguridad social.

De esta forma, la creación de los quasi-mercados internos y los contratos del Gobierno tan usados en los ochenta, por ejemplo, difieren del involucramiento de una ciudadanía activa y democrática insertas en las organizaciones sociales voluntarias. La estructura básica y las formas de operación de las organizaciones sociales sin fines de lucro se caracterizan por ser un sector institucionalmente separado del Estado, que asigna y distribuye recursos sin fines de lucro, con formas propias de autogobierno y participación voluntaria (Salamon and Anheir, 1997; Johnson, 1997).

La exclusión social como marco de referencia para el análisis de las relaciones en un sistema de bienestar se enfoca en la agencia, las estructuras institucionales, los procesos sociales, los contextos y la multidimensionalidad económica, política y social para relacionar la pobreza, el empleo y la integración social. El análisis toma en cuenta las fuerzas económicas, sociales e institucionales que causan o previenen la inclusión social, al igual que las políticas sociales que atienden la exclusión social. Los análisis sobre la exclusión social se relacionan con las implicaciones en los derechos económicos, sociales, civiles, políticos, culturales, etc., el mejoramiento en las formas de vida, el acceso al mercado, participación e identidad social, etc.

La perspectiva de la investigación convencional de la eficiencia interna de los sistemas de bienestar social arriesga desviar la atención fuera de los problemas reales de las instituciones de la administración pública porque son problemas estructurales que requieren coordinación interinstitucional (Metcalfe and Richards, 1993: 118).

Disfuncionalidades y discontinuidades

Las sociedades sub-gobernadas por el Estado son tan hostiles al desarrollo equitativo como las economías sobre-gobernadas, sin que en ambas se logren resultados eficientes y eficaces. De acuerdo con Suad (1997), en el sur se encuentran los Estados postcoloniales con instituciones de bienestar y seguridad social impactadas por su experiencia colonial en sociedades pre-estatales. Las instituciones centrales de organización que estructuran jerárquicamente la economía, sociedad, políticas, religión, etc., son formales y dominantes burocráticamente. En este tipo de sociedades, las instituciones de bienestar centralizadas desplazan a las locales, tienden a evaluar e institucionalizar las fronteras y discontinuidades entre las diferentes arenas del bienestar social y a mantener más las sociedades al nivel de Estado, sobre todo en estados fuertemente centralizados.

Las políticas de desarrollo económico descuidan la formación de capital social en sus propuestas para fortalecer las economías del mercado y las instituciones democráticas de bienestar social. Con frecuencia, las instituciones de bienestar justifican sus disfuncionalidades con intervenciones orientadas a diferentes objetivos, tales como la ecología o la democracia, más que a los valores de las personas que son receptores de la actividad de las políticas públicas, los valores que reflejan los preceptos teóricos propios de las personas, las interpretaciones de la naturaleza o principios de gobierno.

En un contexto cambiante de procesos de demográficos y de globalización se critican los alcances de la política social. El concepto de exclusión social se usa en los debates sobre las instituciones de bienestar y las políticas sociales para el análisis de la emergencia de patrones de un rango de dimensiones de quienes están en condiciones de pobreza, privación, y

desventaja social y económica (McPherson, 1998). Es una noción compleja de situaciones y procesos de marginalización y aislamiento social y privaciones económicas que experimentan las sociedades fragmentadas en sus relaciones sociales que dan lugar a dualidades y a rupturas de la cohesión social.

La investigación empírica reporta que los procesos de exclusión social son el resultado de las interacciones de las instituciones del mercado, el Estado, la ciudadanía y la sociedad civil presionadas por tendencias como los crecientes procesos de globalización que se asocian a la pérdida de la soberanía de las naciones y capacidad en la toma de decisiones, la mala distribución de los activos que obstaculiza su disponibilidad para importantes segmentos de la población y las estructuras económicas, sociales y políticas que determinan el ejercicio del poder y el estatus de los diferentes grupos sociales. Gamble & Payne (1996) se cuestionaron si los bloques económicos regionales son una respuesta creciente a las fuerzas globales que permiten el desarrollo de instituciones económicas políticamente más fuertes (George, 1996).

Debido a que no existen instituciones sociales capaces de fortalecer las virtudes cívicas y exigir su aplicación, dejan al Estado la enorme tarea de institucionalizar las funciones necesarias para suplir lo que la sociedad ha perdido. Por lo tanto, si las estructuras morales de las instituciones sociales como la familia y la iglesia pierden su importancia en la enseñanza de los estándares de comportamiento ético, el reclamo de los derechos de bienestar social que están disponibles son considerados como acciones racionales más que por necesidad.

La ineficiencia y rigidez de las instituciones burocráticas que no logra los resultados expanden su militancia política en forma renegada para incluir los programas de apoyo al bienestar social y al alivio humanitario de organizaciones comunitarias y como último recurso a organizaciones filantrópicas internacionales. Es difícil determinar las condiciones bajo las cuales las instituciones disfuncionales, destructivas y moribundas en Estados que son predatorios, débiles o indiferentes, sigan administrando programas de políticas sociales sin dar paso a la emergencia de instituciones de sistema de bienestar más funcionales, constructivas y responsables y activamente desarrollistas.

Hay evidencias abundantes de abusos, corrupción y escándalos en las instituciones del sector público que tienen a su cargo la función de administrar los programas de las políticas sociales a pesar de las buenas intenciones de burócratas profesionales con acciones y comportamientos guiados por códigos de ética. Las bondades de los más nobles propósitos se pierden en los laberintos de la corrupción, en la implementación y aplicación errónea, en problemas de logística para una entrega eficaz y eficiente, etcétera.

Al final, muchas instituciones de desarrollo de bienestar social, más que los pobres, marginados y excluidos socialmente, son las beneficiarias, dependiendo del tipo de relaciones sociales y circunstancias políticas que hay que tomar en consideración. Por ejemplo, determinada política social que profesa su intención para mejorar la condición de muchos de los pobres, beneficia solamente a ciertas personas e instituciones en términos de ingresos, estatus y poder.

Las deficiencias y carencias sociales, combinadas con las financieras de las instituciones y organizaciones públicas en una sociedad civil, permiten ventajas a las organizaciones y agencias de los sectores voluntarios y filantrópicos para realizar programas de bienestar social. Las percepciones sobre las reformas de bienestar, la voluntad política de los gobiernos y partidos políticos, y la inercia de las instituciones de bienestar para implementar los programas y prácticas, son factores a considerar.

Las condiciones legales relevantes en la política social progresiva se convierten en inflexibles e impersonales. Las estrategias de diseño e implementación de políticas de bienestar social se dirigen al logro de resultados macro económicos sin contribuciones a los fundamentos micro-institucionales de los cuales dependen. Se sobre-explotan las estructuras de los incentivos y la flexibilidad que los mercados proveen sin que se definan con claridad las bases institucionales de mejora del bienestar humano y elevar la productividad de los pobres.

Implicaciones para el diseño e implementación de la nueva política social

Los marcos de referencia sociológicos y económicos requieren que las instituciones y las prácticas del bienestar se localicen en las dinámicas internas de un determinado contexto social y económico. En los programas de políticas sociales universales las interacciones entre las instituciones y los beneficiarios adquieren un carácter diferente tomando en cuenta las

diferentes áreas del sistema de bienestar. La historia demuestra con evidencias que el desempeño económico de una sociedad depende de sus instituciones. En los arreglos institucionales se establecen las relaciones entre las instituciones del Estado, la sociedad civil y el mercado que se incorporan bajo políticas sociales sensibles y sensatas.

Todos estos factores determinan las funciones del Estado, la sociedad y el mercado en los acercamientos a los proyectos de desarrollo adoptados por los gobiernos y en la asignación y acumulación de los recursos, los programas de políticas sociales la reducción de la pobreza, el crecimiento económico y la transformación estructural. La sociedad civil puede reconstruirse bajo un diseño de naturaleza emancipatoria (Chandhoke, 1995) a partir de establecer que todas las instituciones de bienestar en la sociedad civil son igualmente susceptibles a los procesos de democratización. En algunas situaciones, la exclusión social se reduce por las innovaciones institucionales que compensan las fallas del mercado con la oferta de bienes y servicios públicos.

Los estándares de conducta ética resultado de estructuras morales que guían a los individuos y que fueron enseñados por otras instituciones sociales y religiosas son un complemento aunque no necesitan ser parte de las políticas sociales del Estado. En aquellas sociedades donde los problemas de acción colectiva son resueltos eficientemente y eficazmente, las diferencias institucionales y organizacionales son abismales con respecto a aquella sociedad en donde sus instituciones están en permanente defeción mutua que conduce a hostilidades, frustraciones e inconveniencias, como resultados inevitables de la cultura.

Las relaciones entre las instituciones del Estado, la sociedad y el mercado se mantienen en las formas estructurales de arriba hacia abajo con agenda de desarrollo en la que deben ser involucradas las comunidades a las que busca servir, con programas de políticas sociales para lograr su credibilidad y efectividad. Este tipo de estructuras institucionales facilitan la introducción, sostenimiento e institucionalización paradójicamente de abajo hacia arriba. Por lo tanto, ambos tipos de estructuras institucionales son complementarios y necesarios en suma positiva para lograra los propósitos de los programas de políticas sociales y de bienestar.

En los disturbios sociales los individuos descubren capacidades del poder y actúan conforme en formas de organización política y económica orientados por nuevos arreglos institucionales de bienestar social para crear el compacto social que mejor se ajuste a sus demandas.

En la expresión espacial de las políticas sociales y de bienestar, un error en el diseño e implementación es la no consideración de espacio para las instituciones tradicionales de seguridad y bienestar que mantienen las comunidades como parte de los componentes culturales y sociales de su estilo de vida. Las economías con tendencia a ser endógenas en materia de bienestar social centran las responsabilidades en instituciones locales como la familia y las instituciones de beneficencia comunitarias, con sistemas más apropiados de realimentación que les permite ser auto-sustentables e incluso experimentar retornos dinámicos de crecimiento, aparte de que son más centradas en las necesidades de los beneficiarios.

Las iniciativas de programas de bienestar de abajo hacia arriba, las comunidades más informales a niveles de familias, requieren de conexiones a niveles más formales y amplios de sistemas institucionales extra comunitarios. Estas conexiones deben ser forjadas de tal manera que en la integración incremental se acumulen nuevas formas de capital social que involucren a los miembros que no son de la comunidad en las iniciativas de programas de desarrollo centradas en las políticas sociales. Sin embargo, muchas preocupaciones emergen aquí, por ejemplo, los grupos militares y las mafias se presentan para proveer la protección privada y de seguridad social que las instituciones públicas formales designadas no pueden.

El desarrollo institucional de organizaciones sociales y filantrópicas tales como las iglesias, las caridades privadas y las organizaciones gubernamentales y cuasi-gubernamentales, mientras se presentan a sí mismas como que son las que mantienen y guardan los valores de servicio para el bienestar social como ideales, cuando lo que persiguen es un curso apropiado a sus propias agendas e intereses. Las dinámicas institucionales y organizacionales pueden explicar los resultados de cualquier política social con una estructura institucional. Los efectos significativos incluyen la competencia en los proyectos de administración de los programas de políticas sociales y el balance de los receptores o beneficiarios de dichos programas de bienestar.

El desarrollo institucional del sistema de bienestar de las comunidades étnicas se entorpece por el tenue estatus legal y falta de reconocimiento que da lugar a una amplia discriminación de determinados grupos sociales que debilita su identidad y compromiso con las instituciones. Estos grupos sociales se convierten así en excluidos de las instituciones sociales, cívicas, financieras, gubernamentales, etc. a tal grado que se convierten en enclaves donde sólo quedan

las instituciones centradas en la organización de familiares para satisfacer los requerimientos básicos de seguridad y crédito. Sin embargo resulta paradójico que no son los recursos financieros los más necesarios de las instituciones.

El supuesto de gobernanza del Estado se mantiene para otras instituciones que tienen una agenda de desarrollo sin que tengan la capacidad para dar respuestas con procesos transparentes y rendición de cuentas, al mismo tiempo que cultivan un ambiente social más justo y participativo con los beneficiarios. La creación de un ambiente sinérgico implica el desarrollo de relaciones en varios niveles, entre los grupos y comunidades locales con relaciones sociales externas, y más extensivas a la sociedad civil, entre la sociedad civil y las instituciones a nivel macro y entre instituciones de los sectores corporativos.

El papel de las instituciones del Estado es fundamental en las tareas de la política social para atacar simultáneamente, desde una perspectiva global y sistemática del Estado que implica acción coordinada en los mercados primarios, las instituciones políticas y los valores culturales desde la perspectiva de los actores sociales por sí mismos. En esta situación se requiere fortalecer las capacidades de los actores sociales (Figuroa, Altamirano and Sulmont, 1996: 89-92). A nivel micro, los programas de políticas sociales y seguridad social deben buscar nutrir la organización participativa de los beneficiarios, quienes deben ser empoderados para asumir crecientes niveles de responsabilidad y compromisos para su propio bienestar y desarrollo humano, al mismo tiempo que se construyen relaciones entre las comunidades locales y las instituciones formales.

Las agencias de desarrollo regional para promover los programas de políticas sociales para el bienestar y la seguridad social, son instituciones regionalmente basadas, públicamente financiadas, y fuera de la principal corriente de control central y la administración de los gobiernos locales diseñadas para promover el desarrollo económico (Halkier and Danson, 1996).

Los receptores o beneficiarios de programas de políticas sociales y de seguridad social pueden inicialmente requerir de inducción básica pero, en el largo plazo, las medidas primarias del éxito del programa deben extenderse a todos los involucrados. Todos los agentes y actores involucrados deben asumir incrementalmente la responsabilidad para la viabilidad de las nuevas instituciones de bienestar, para que se establecen mecanismos que aseguren el acceso a las instituciones del sistema de bienestar y para sostener su participación. Las instituciones de bienestar deben desarrollar las capacidades tecnológicas, organizacionales y administrativas para que sean capaces de crear y mantener efectos institucionales que van más allá de ser conductoras para la eficiencia, la efectividad y el desarrollo equitativo.

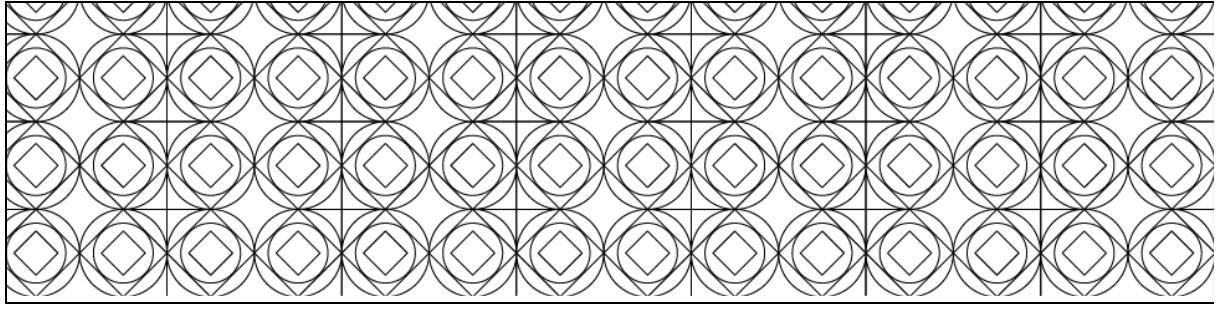
Referencia bibliográfica

- AUCOIN: (1990) Administrative reform in public management: Paradigms, principles, paradoxes and pendulums. *Governance*. Vol. 3, Issue 2, pp. 115-137, April 1990.
- BALDWIN: (1990). Les classes moyennes et l'Etat-protecteur de l'après-guerre: Le cas français et le cas allemand, in *Mission Interministérielle Recherche Expérimentation, Les comparaisons internationales des politiques et des systèmes de sécurité sociale: Colloque de recherche*, (Paris, nd); reprinted as *Class Interests and the Postwar Welfare State in Europe: A Historical Perspective*, *International Social Security Review*, 3 (1990).
- BARTLETT, S. (2005). An Alternative Model for Responding to Children in Poverty: The Work of the Alliance in Mumbai and Other Cities. *Children, Youth and Environments* 15(2): 342-355. Recuperado el 27 de diciembre de 2013 de <http://www.colorado.edu/journals/cye/>.
- BECKERT, J (2007). The Great Transformation of Embeddedness: Karl Polanyi and the New Economic Sociology. MPIfG Discussion Paper 07/1 Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung Köln. Max Planck Institute for the Study of Societies Cologne. January 2007.
- BORDIEU: (1996). *The rules of art, genres and structures of the literary field*. Polity Press. Cambridge.
- BORDIEU: (1994). *Raisons pratiques. Sur la théorie de l' action*. Editions du Seuil. Paris.
- BORDIEU: (1993). *Sociology in question*. Sage. London.
- BORDIEU: (1990). *In other words. Essays towards a reflexive sociology*. Polity Press, Cambridge.
- BOURDIEU: (1980). *The Logic of Practice*. Stanford, Stanford University Press.
- CALHOUN, (1993). *Habitus, field and capital: the question of historical specificity*, In C. Calhoun, E. Lipuma and M. Postone (Eds.) *Bourdieu: Critical perspectives*. Polity Press. Cambridge.
- CHANDHOKE, N. (1995) *State and Civil Society. Explorations in political theory*. New Delhi, Thousand

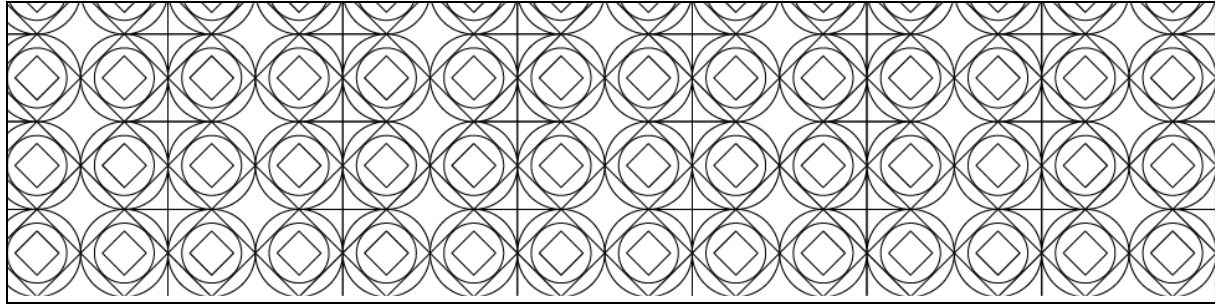
- Oaks, and London: Sage Publications.
- CLARKE, J. AND NEWMAN, J. (1997). *The Managerial State: Power, Politics and Ideology in the Remaining of Social Welfare* (London, Sage).
- CLEGG, S. R. (1989). *Frameworks of power*, London: Sage.
- CUPPS, D. S. (1977). Emerging Problems of Citizen Participation, *Public Administration Review* 37 (1977): 478-487.
- DURKHEIM, É. (2003), *Las reglas del método sociológico*. Buenos Aires. Editorial Gorla.
- EVANS: B. (1995). *Embedded autonomy: States and industrial transformation*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- FIGUEROA, A; ALTAMIRANO, T. & SULMONT, D. (1996). *Social exclusion and inequality in Peru*. Geneva: International Institute for Labour Studies.
- FOUCAULT, M. (1996). *La vida de los hombres infames*. La Plata. Caronte.
- FOUCAULT, M. (1966). *El nacimiento de la clínica: Una arqueología de la mirada médica*. México, D. F. Siglo XXI.
- FRY, G.K. (1995). *Policy and Management in the Civil Service*. Hemel Hempstead: Prentice Hall, 1995.
- GALTUNG, J. (1995). *On the social costs of modernization: Social disintegration, atomie/anomie and social development*. Geneva, Switzerland: United Nations Research Institute for Social Development.
- GAMBLE, A. AND PAYNE; A. (EDS). (1996). *Regionalism and World Order*. London: Macmillan 1996.
- GEORGE. F. (1996). *The Trade Policy Review of Indonesia*. *The World Economy: Global Trade Policy*. 1996:101-17.
- GRANOVETTER, M. ET AL. (2004) *Polanyi Symposium: A Conversation on Embeddedness*. In: *Socio-Economic Review* 2, 109-135.
- HABERMAS, J. (1987) *The theory of communicative action*, vols I and II. Polity Press. Cambridge.
- HAGAN, J.; MERKENS, H. AND BOEHNKE, K. (1995). *Delinquency and Disdain: Social Capital and the Control of Right-Wing Extremism Among East and West Berlin Youth*. *American Journal of Sociology* Volume:100 Issue:4 Dated:(January, 1995). Pages: 1028-1052.
- HALKIER, H. AND DANSON, M. (1996). *Development agencies and new-model regional policy. A survey of trends in 30 European regions*. Paper presented to the European Urban and Regional Studies Conference, Durham, 11-14 April.
- INGLEHART, R. (1977). *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- JESSOP, B. (1994). *Post-fordism and the state*, in Ash Amin (ed.), *Post-Fordism*, Oxford: Blackwell, 251-79.
- JESSOP, B. (1990). *State theory. Putting capitalist states in their place*. Cambridge: Polity.
- JOHNSON, N. (1997). Book review. *Journal of Social Policy*, 26 part 4, Oct 97, 559.
- KRAMER, R. M. (1981). *Voluntary agencies in the welfare state*. University of California Press.
- LE GRAND, J. AND BARTLETT, W. (1993). *Quasi-markets and social policy: the way forward?* In: Le Grand, Julian and Bartlett, Will, (eds.) *Quasi-markets and social policy*. Macmillan Press, Basingstoke, UK, 202-220. ISBN 0333565185
- LOWE, R. (1997). *The state and the development of social welfare*, in Pugh, M (Ed.), *A companion to modern european history*, (pp. 45-69), Blackwell Publishers, 1997. ISBN: 0631192182
- MARTIN, J. SMITH (1998). *Reconceptualizing th British State: Theoretical and empirical challenges to central government*. *Public Administration*. Vol. 76. Spring 1998. 45-72.
- METCALFE, L. Y RICHARDS, S. (1993). *Improving Public Management*. London: European Institute of Public Administration/ SAGE.
- MCPHERSON, S. (1998). *Social exclusion*. *Journal of Social Policy*, 26 (4): 533-541.
- MERTON, R. (1987). *Three Fragments from a Sociologist's Notebooks: Establishing the Phenomenon, Specified Ignorance and Strategic Research Materials*. *Annual Review of Sociology*, 13,1-28, 1987.
- METCALFE, L. AND RICHARDS, S. (1999). *Evolving Public Management Cultures in: Managing Public Organisations*, ed. By Kjell A. Elisassen and Jan Kooiman, Sage: London, Thousand Oaks, New Delhi: 106-124.
- MISHLER, W. AND ROSE, R. (1997). *Trust, Distrust and Skepticism: Popular Evaluations of Civil and Political Institutions in Post-Communist Societies*. *The Journal of Politics*, Vol. 59, No. 2 (May, 1997): 418-451.
- NORTH, D. C. (1996). *Institutions, Organizations And Market Competition Economic History* 9612005, EconWPA.
- PEILLÓN, M. (1998). *Bourdieu's field and the sociology of welfare*, *Journal of Social Policy*, 27 (2):

213-229.

- POLANYI, K. (1957). *The Economy as an Instituted Process*. In: Karl Polanyi/Conrad M. Arensberg/Harry W.
- POLANYI, K. (1944) (1957). *The Great Transformation*. Boston: Beacon Press.
- PORTES, A.; SENSENBRENNER, J. (1993): *Embeddedness and Immigration: Notes on the social determinants of economic action*, in: *American Journal of Sociology*, Vol. 98: 1320-1350.
- RICHARDS, D. (1997). *The Civil Service under the Conservatives 1979-1997*. Brighton: Sussex Academic Press.
- RUESCHEMEYER, D. AND EVANS: B. (1985). *The State and Economic Transformation: Toward an Analysis of the Conditions Underlying Effective Intervention*. In Evans: B.; Rueschemeyer, D. and Scokpol, T. *Bringing the State Back In*. Cambridge University Press. pp. 44-77.
- SALAMON, L. M. AND ANHEIR, H. K. (EDS.) (1997). *Defining the non-profit sector, A cross-national analysis*. Manchester University Press, Manchester, 1997.
- SEN A. (1987). *Commodities and Capabilities*. New Delhi: Oxford University Press, 1987.
- SIMMEL, G. (1986). *Sociología 1, Estudios sobre las formas de socialización*. Madrid. Alianza.
- SUAD, J (1997). *The public/private. The imagined boundary in the imagined nation/State/Community. The Lebanese case*. *Feminist Review*, no. 57, Autumn, 1997. 71-90.
- TITMUS, R. M. (1974). *What is Social Policy?*, in: id., *Social Policy. An Introduction*, London: Allen and Unwin, 23-32 (ch. 2; the chapter dates from a recurring introductory lecture series at the LSE last held in 1973) [*Welfare States*, vol. 1: 138-47].
- VISWANATHAN, G. (1995). *Beyond orientalism: Syncretism and the politics of knowledge*. *Stanford Humanities Review*, 5, no. 1 (1995): 19-34.
- WEBER, M. (1991). *Economía y sociedad*, Buenos Aires. FCE.
- WOLLER, G. M. (1996). *Business ethics, society, and Adam Smith: Some observations on the liberal business ethos*. *The Journal of Socio-Economics* Volume 25, Issue 3, 1996: 311-332.



Gestión en la mercadotecnia y turismo



Estudio de mercados para un Centro de Estimulación Prenatal en Chetumal, Quintana Roo

JOSÉ LUIS GRANADOS SÁNCHEZ

DORIS VERALY CARRILLO LÓPEZ

MAYRA JOSEFA BARRADAS VIVEROS

Resumen

El propósito de la presente investigación de mercado es conocer el grado de información que la población de Chetumal, Quintana Roo, tiene sobre un Centro de Estimulación Prenatal, considerando que esta etapa de los bebés es el período más significativo en la formación del individuo, pues en ella se estructuran las bases fundamentales de las particularidades físicas y formaciones de la personalidad que en las sucesivas fases del desarrollo se consolidarán y perfeccionarán. Considerando que la formación de bebés es el pilar fundamental del desarrollo productivo de las nuevas generaciones, se resalta la falta de Centros de Estimulación Temprana adecuados para su evolución significativa e integral. El objetivo pretende realizar una investigación de mercados especializados en dar respuesta a la posición en el mercado a través de la demanda y la oferta, de la creación de un Centro de Estimulación Prenatal en la Ciudad de Chetumal, Quintana Roo. Los resultados obtenidos proyectan positivamente en el tiempo, ya que cada vez se hace más necesario un servicio dirigido a los habitantes de Chetumal de manera adecuada para que puedan disponer de herramientas suficientes para enfrentar el proceso de gestación por medio de una estimulación oportuna. En cuanto a la oferta y la demanda de mercado, se mantiene una tendencia equivalente en la demanda, por lo que es necesario lograr concretar una eficiente oferta en este sentido y lograr servicios que superen las expectativas del consumidor.

Introducción

A partir de la declaración de los Derechos Humanos de la ONU (1948), la Convención de los Derechos del Niño (1989), la Cumbre a Favor de la infancia (1990), se reconoce la necesidad de que los Estados emprendan medidas encaminadas a la atención de la infancia.

En la década de los ochenta, gracias a numerosas observaciones científicas llevadas a cabo en distintos campos, como la Medicina, la Psicología, la Biología, la Genética, o la Física moderna, se ha dado un nuevo paso en la comprensión de la vida, al estudiar la vida en el útero (Galarza, 2011).

“Del viejo paradigma que consideraba al bebé antes de nacer como un ser incapaz, que no se enteraba de nada, que era algo así como tonto, ciego y sordo, se ha pasado con todos estos nuevos estudios a un nuevo paradigma, que nos va demostrando las capacidades tan maravillosas del bebé en el vientre materno” (Galarza, 2011).

Es importante distinguir la educación de la instrucción. La instrucción es la transmisión de conocimientos y de habilidades, y utiliza métodos de aprendizaje. Pero al bebé en el útero no hay que enseñarle nada, intentarlo sería arbitrario y peligroso, sería una intrusión en el proceso de formación y ejerceríamos violencia sobre él/ella (Hinostroza & Gamonal, 2011: 13).

A finales de la segunda mitad del siglo xx, se comprobó la capacidad del feto de percepciones

sensoriales diversas. Gracias a los progresos tecnológicos de las últimas décadas, como el ultrasonido y la fotografía intrauterina, se ha podido realizar un seguimiento de la conducta del feto a lo largo de toda la gestación, creando numerosos programas destinados a la estimulación prenatal dirigida al feto, al bienestar de la gestante, al fortalecimiento de la cohesión familiar y el vínculo. La estimulación prenatal está basada en el desarrollo y maduración del sistema nervioso central, en particular del cerebro, que está constituido por millones de neuronas que se interrelacionan entre sí, formando las sinapsis; a nivel de las cuales actúan los neurotransmisores eléctricos. La función de la sinapsis es integrar cada una de las neuronas a un sistema nervioso complejo que definirá el futuro del niño, aumentando la capacidad mental y cerebral tanto como se haya estimulado tempranamente (Maldonado & Oliva, 2008: 4).

La mercadotecnia es un proceso planificado y continuo para conocer, entender y satisfacer las necesidades, especificaciones, expectativas y demandas cambiantes de los consumidores y clientes organizacionales sobre los productos, servicios, distribución, precios y promoción con la finalidad de obtener una rentabilidad a largo plazo (Eyssautier, 2008: 16).

La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el vendedor, a través de la información, una información que se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; para generar, refinar y evaluar las acciones de marketing; para observar el comportamiento del mercado; y para mejorar la comprensión del marketing como un proceso. La investigación de mercados especifica la información requerida para abordar estos aspectos; diseña el método de recopilar información; administra e implementa el proceso de recopilación de datos; analiza los resultados; y comunica los descubrimientos y sus implicaciones (McDaniel & Gates, 2005: 6).

Marco teórico

Este trabajo está orientado a la estimulación prenatal, la cual es definida como un conjunto de actividades que son realizadas durante la gestación, enriqueciendo al niño por nacer en su desarrollo físico, mental, emocional y social, y se logrará a través de una comunicación afectuosa y constante entre el niño y sus padres desde el embarazo. Entonces podemos decir que la estimulación prenatal es un proceso que promueve el aprendizaje en los bebés desde que este se encuentra en el útero, con el fin de ayudar a desarrollar sus capacidades naturales, potenciándolas y afinando sus sentidos y su mente (Estela, Fernández & García, 2010).

Actualmente podemos comprobar en los resultados de los programas prenatales de la estimulación, que son muy efectivos y placenteros, tanto para él bebé como para la gestante, ya que los relaja, alegra, estimula, sensibiliza, entre otras cosas (Estela, Fernández & García, 2010).

La estimulación prenatal es el conjunto de actividades que se realiza con la participación activa de la madre, el padre y la familia, para promover el adecuado desarrollo físico, mental, sensorial y social de la persona desde la concepción hasta el nacimiento, mismas que contribuyen a prevenir la discapacidad y disminuir las situaciones de riesgo biológico o psicosocial que podrían alterar su proceso de desarrollo y maduración (Hinostroza & Gamonal, 2011).

Los programas de estimulación temprana están basados en el conocimiento que se tiene del desarrollo del sistema nervioso, particularmente del cerebro. La plataforma neuronal del desarrollo de la inteligencia se logra gracias a las posibilidades de flexibilidad que posee el cerebro. Las experiencias de estimulación adecuada tienen su base en los conocimientos comprobados del crecimiento y desarrollo del sistema nervioso y específicamente del cerebro. El órgano más complejo del ser humano, que recoge toda la estimulación natural y cultural, su crecimiento, maduración y desarrollo, ha constituido las bases para la sistematización de las técnicas de estimulación adecuada (Maldonado & Oliva, 2008: 6).

La estimulación prenatal tiene grandes beneficios. Los bebés estimulados muestran al nacer mayor desarrollo en el área visual, auditiva, lingüística y motora, duermen mejor, están más alertas, seguros de sí mismos y afables, en relación a aquellos que no han sido estimulados. También muestran mejor capacidad de aprendizaje por el hecho mismo de estar en alerta y se calman fácilmente al oír las voces y la música que escuchaban mientras estaban en el vientre materno. Así mismo, las madres que estimulan a sus bebés se muestran más seguras y activas durante el parto. La estimulación prenatal funciona como salud preventiva que aporta técnicas de estimulación en mujeres en el último trimestre de embarazo, y como herramienta de beneficio para el desarrollo emocional, cognitivo, físico y social del bebé (Maldonado & Oliva,

2008: 15).

La segmentación de mercados se ha tomado su papel muy en serio y se ha convertido en una herramienta básica para el diseño de las estrategias por la gerencia de mercadotecnia. "Un mercado segmentado significa una atención cuidadosa en la selección de los consumidores y una combinación aproximadamente diferente de mercadotecnia para cada segmento escogido" (Díaz S. M., 2000: 175).

Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo (Kotler, 1996: 11).

La investigación de mercados desempeña dos papeles importantes en el sistema de marketing. En primer lugar, como parte del proceso de retroalimentación de la información de marketing, la investigación de mercados les proporciona, a quienes toman las decisiones, datos sobre la efectividad de la mezcla de marketing actual y les da una idea de cuáles son los cambios necesarios. En segundo lugar, la investigación de mercados es una herramienta básica para explorar nuevas oportunidades en el mercado. La investigación de la segmentación y del nuevo producto ayuda a identificar las oportunidades más lucrativas para una empresa (Mc Daniel & Gates, 2005: 5).

La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión, uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas, y con las oportunidades de marketing (Malhotra, 2008: 7).

La investigación de mercados es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general. En el caso concreto de las empresas privadas, la investigación de mercados ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar problemas y oportunidades, además de evaluar y desarrollar alternativas de acción de marketing. En el caso de las organizaciones públicas, la investigación de mercados contribuye a una mejor comprensión del entorno, de modo que les permite tomar mejores decisiones de tipo económico, político y social (Benassini, 2009: 6).

Metodología

Se realizará una investigación tipo transversal y, para la obtención de la información, se diseña un cuestionario que será aplicado a la población de Chetumal, Quintana Roo, con la finalidad de obtener la información de los encuestados para la comprobación de la hipótesis. A la información obtenida se le aplicará un análisis estadístico, obteniendo los resultados mediante una regresión lineal en donde la variable independiente es aquella que cambia sus niveles de acuerdo con los efectos que se miden y se comparan, y las variables dependientes son aquellas que miden el efecto de las variables independientes sobre las unidades de prueba. También se utilizará un análisis de frecuencia que nos permitirá conocer las variables demográficas para poder corroborar los objetivos de la investigación (Malhotra, 2008).

Para medir la correlación de los rangos ordenados se utilizará el análisis de varianza (ANOVA de un factor), así como para medir el grado de significancia global, indicando si la variable independiente tiene un efecto significativo sobre la variable dependiente. Y para conocer las relaciones que existen entre una variable dependiente y una o más variables independientes se utilizará la técnica estadística de regresión lineal simple (Walpone & Myers, 1992).

La regresión múltiple es una técnica estadística que simultáneamente desarrolla una relación matemática entre dos o más variables independientes y una variable dependiente de intervalo (Malhotra, 2008).

La ecuación que se utiliza para explicar los resultados del análisis de regresión múltiple es la siguiente:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \dots \dots \dots \beta_K X_K$$

Que se calcula por medio de la siguiente ecuación:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 \dots \dots \dots b_K X_K$$

El coeficiente a representa la intersección, pero ahora las b son los coeficientes de regresión

parcial.

Modelo logit

Cuando la variable dependiente es binaria y hay diversas variables independientes métricas, además del análisis discriminante de dos grupos, en el cálculo también pueden usarse los modelos de regresión OMC, logit y probit, que coinciden con el hecho de que la variable dependiente se codifica con 0 (cero) a 1 (uno) (Malhotra, 2008 p. 595).

Por medio del modelo logit binario es posible calcular la probabilidad de que suceda un evento binario llamado también regresión logística. Considere un evento que tenga los resultados: un éxito y otro fracaso. La probabilidad de éxito puede modelarse usando el modelo logit como sigue:

$$e = \left(\frac{p}{1-p} \right) a_0 + a_1 X_1 + a_2 X_2 + \dots a_k X_k$$

Donde

p= Probabilidad de éxito

X1 = Variable independiente i

Ai = Parámetro que debe calcularse.

Para esta investigación se usaron dos modelos de regresión múltiple y un modelo de regresión logística con variables independientes distintas, con la finalidad de darle una mayor consistencia a la investigación y obtener así los mejores resultados para el modelo final.

Muestreo

Se aplicaron 200 cuestionarios que arrojaron los resultados que se analizan en el siguiente capítulo, respetando el planteamiento de los objetivos y comprobando la hipótesis de la investigación.

Resultados

En las 200 encuestas aplicadas se observa que existe una mayor participación del género femenino, con un 55.5%, y con una participación del 44.5% masculino, sumando el 100% de nuestras encuestas aplicadas como podemos observar en la tabla (ver tabla 1).

Tabla 1. Género					
	Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	111	55.5	55.5	55.5
	Masculino	89	44.5	44.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, con datos de encuesta.

El estado civil de cada una de las personas encuestadas, observamos que el 66.5%, son solteros, el 20% son casados, el 2.0% son divorciados y, finalmente, un 11.5% que se encuentran viviendo en unión libre. (Ver tabla 2).

Tabla 2. Estado civil					
	Cuál es tu estado civil	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	133	66.5	66.5	66.5
	Casado	40	20.0	20.0	86.5
	Divorciado	4	2.0	2.0	88.5
	Unió libre	23	11.5	11.5	100.0

	Total	200	100.0	100.0	
--	-------	-----	-------	-------	--

Fuente: Elaboración propia, con datos de encuesta.

En esta tabla, con los datos obtenidos de los ingresos familiares, un 47.7% tienen un ingreso familiar de 2,000 a 3,000 pesos; el 23.8% entre 3,001 y 5,000 pesos; con un 14.0% de entre 5,001 y 8,000 mil pesos; finalmente, el 5.7% entre 8,001 y 11,000 pesos (ver tabla 3).

Tabla 3. Ingresos familiares mensuales					
	Ingresos familiares mensuales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De \$2,000 a 3,000	92	46.0	47.7	47.7
	De \$3,001 a 5,000	46	23.0	23.8	71.5
	De \$5,001 a 8,000	27	13.5	14.0	85.5
	De \$8,001 a \$11,000	11	5.5	5.7	91.2
	De \$11,001 o más	17	8.5	8.8	100.0
	Total	193	96.5	100.0	
Perdidos	Sistema	7	3.5		
Total		200	100.0		

Fuente: Elaboración propia, con datos de encuesta.

Las personas encuestadas consideran importante, en un 97.0%, la estimulación prenatal. Un 2.5% no consideran importante la estimulación (ver tabla 4).

Tabla 4					
	Considera importante la estimulación de su bebé	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	194	97.0	97.0	97.0
	No	5	2.5	2.5	99.5
	4	1	.5	.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, con datos de encuesta.

El 88.0% respondió "que sí le interesa asistiría a un centro de estimulación prenatal", mientras que al 12.0% restante de las personas encuestadas no les interesa asistir, ni que les ayuden en el proceso del embarazo (ver tabla 5).

Tabla 5					
	Le interesaría asistir a una institución y le ayuden a estimular su bebé en el embarazo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	176	88.0	88.0	88.0
	No	24	12.0	12.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, con datos de encuesta.

De las personas encuestadas, el 93.0 % considera que es importante la asistencia y participación de su pareja, mientras que el 7.0 % respondieron que no les interesa la asistencia de la pareja (Ver tabla 6).

Tabla 6					
	Considera importante la asistencia y participación de su pareja en el centro	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	186	93.0	93.0	93.0
	No	14	7.0	7.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, con datos de encuesta.

Para analizar la regresión lineal, la variable dependiente (Y) y las variables independientes les interesaría asistir a una institución donde le ayuden a estimular a su bebé en el embarazo (X1) y, luego del parto, continuar las sesiones de estimulación para el bebé.

La siguiente tabla proporciona información sobre la ecuación de regresión y sus coeficientes: según la información proporcionada, la ecuación que representa la regresión de “le interesaría luego del parto continuar las sesiones de estimulación para él bebé” (X1) y “le gustaría asistir a una institución y le ayuden a estimular su bebé en el embarazo” (X2), sobre “considera en Chetumal necesaria la creación de un Centro de Estimulación Prenatal”.

Lo cual refleja que, con un punto más en la variable (X1), se incrementa (Y) sólo .135 puntos. Respecto a (X2) la (Y) sube 14.5 décimas por cada unidad más puntuada de esta última variable. Por último (Y) prevista en ausencia de (X1) y (X2) alguna es de .750 (ver tabla 7).

Tabla 7						
Coeficientesa						
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	
	B	Error típ.	Beta			
1	(Constante)	.750	.084		8.896	.000
	Le interesaría luego del parto, continuar las sesiones de estimulación para él bebé	.135	.062	.154	2.190	.030
	Le interesaría asistir a una institución y que le ayuden a estimular su bebé en el embarazo	.145	.056	.183	2.603	.010

a. Variable dependiente: considera necesario la creación de un Centro de Estimulación Prenatal en Chetumal.

Fuente: Elaboración propia, con datos de encuesta.

El modelo se muestra claramente válido para representar los datos. El valor de significación obtenido ($p= .001$) indica que la probabilidad de que el conjunto de las variables predictorias introducidas no sea suficiente para aportar explicación de los valores predichos de Y, es nula. La validez de dicho modelo se prueba en la siguiente tabla de ANOVA en donde el valor de p asociado al índice F nos indica una significancia de este coeficiente (Ver tabla 8).

Tabla 8						
ANOVA ^b						
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	.902	2	.451	7.174	.001b
	Residual	12.378	197	.063		
	Total	13.280	199			

b. Variables predictorias: (Constante), Le interesaría asistir a una institución y le ayuden a estimular su bebé en el embarazo, Le interesaría luego del parto, continuar las sesiones de estimulación para él bebé

Fuente: Elaboración propia, con los resultados estadísticos obtenidos.

Discusiones

Los resultados obtenidos en la investigación nos dicen que sí es necesaria la creación de un centro de estimulación prenatal en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, de acuerdo con la regresión lineal podemos decir que sí lo consideran necesario dando un 94.5% “piensan que si es necesario la creación de este centro de estimulación prenatal.

Datos investigados por Thomas R. Verny Van de Carr, citados de Galarza, (2011) han revelado que los bebés estimulados muestran, al nacer mayores desarrollos en el área visual, auditiva, lingüística y motora. La estimulación prenatal provee una base duradera para la comunicación amorosa y las relaciones de padres e hijos.

De acuerdo con (Maldonado & Oliva, 2008 y Estela & Fernández, Galarza, 2010), los bebés en el útero muestran un marcado interés por la voz de la madre, esto intensifica si ella estimula a su hijo, lo cual permitirá incrementar la relación amorosa entre padres e hijo. Como respuesta a

lo que dicen estos autores observamos que para ellos un centro de estimulación prenatal, un 63%, es ayudar a los padres a conocer el desarrollo del bebé en el útero, otro porcentaje significativo, un 30%, considera dar a conocer la información sobre la etapa del embarazo.

Conclusiones

Mediante las encuestas realizadas para el estudio de mercado se identificaron los requerimientos y necesidades del mercado actual, qué les gustaría para el centro de estimulación prenatal un horario de la tarde, y también nos proporcionaron otros datos muy importantes para que en un futuro, si deseamos llevarlo a cabo, tengamos las bases necesarias y saber principalmente qué es lo que quieren nuestros principales clientes y así ofrecerles un mejor servicio.

El resultado de la investigación confirma que el 94% del mercado potencial coincide en la que es necesario la creación de un centro de estimulación prenatal, ya que los padres de familia que presentan distinto estado civil consideran importante que su bebé cuente con el mejor desarrollo, debido a los beneficios que trae consigo al nacer serán mayor progreso en el área visual, auditiva, lingüística y motora, dormirán mejor y tendrán una mejor capacidad de aprendizaje y además un mayor vínculo con los padres.

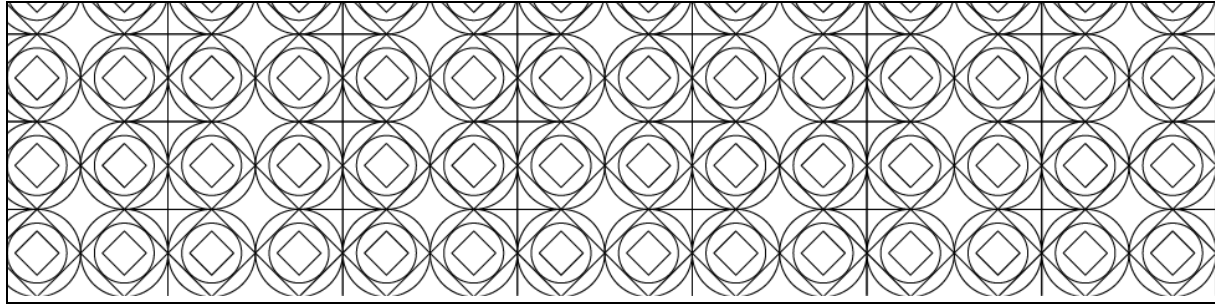
Con el desarrollo de esta investigación se pretende dar a conocer los beneficios que proporciona la estimulación prenatal, además de informar sobre el tema de la estimulación prenatal, para que de esta manera exista en futuras madres un estímulo previo al nacimiento de su bebé. Que exista mayor difusión de los beneficios que ofrece la técnica de la estimulación prenatal, que tiene implicaciones positivas en el desarrollo óptimo del feto.

Mediante la aplicación de las estrategias de mercado en donde se dan a conocer primeramente el servicio, los consumidores señalaron que es posible cambiar su comportamiento, conociendo los servicios que se ofrecerán en el centro de la estimulación prenatal, la estrategia se llevó más a fondo aplicando una mezcla de mercadotecnia, donde ellos mismos seleccionaban las necesidades y requerimientos de cada uno, dándoles a conocer la importancia de implementación de los servicios ofrecidos.

Los servicios ofrecidos y los beneficios que se obtendrán, los cuales son el desarrollo óptimo y el aprendizaje que se le puede aportar al bebé estando en el vientre, o abordar los aspectos y necesidades del mercado, analizando los resultados; el cual nos dice el cambio de conducta en la población de Chetumal, Quintana Roo, es la mejor forma de enlazar al consumidor, dándoles a conocer específicamente la información requerida. De acuerdo con los resultados obtenidos nos dan a saber que si hay un cambio en la forma de pensar de cada una de las familias con ello estableceremos que la base de los programas de estimulación temprana se enfoca a mejorar el desarrollo integral del bebé.

Referencia bibliográfica

- BENASSINI, M. (2009). Introducción a la investigación de mercados: enfoque para América Latina, 2da. ed. México: Pearson Educación de México, S. A. de C. V.
- CARL MC DANIEL, J. & GATES, R. (2005). Investigación de mercados 6a. Ed. México: Thomson Editores, S. A. de C. V.
- DÍAZ, S. M. (2000). Mercadeo: Teoría y práctica. 1era ed. Corripio.
- ESTELA, R. E., FERNÁNDEZ, A. & GARCÍA, L. J. (2010). Estimulación Prenatal.
- EYSSAUTIER, M. (2008). Elementos Básicos de Mercadotecnia. México: Trillas, S. A. de C. V.
- GALARZA, M. G. (2011). Estimulación prenatal y su influencia en el desarrollo sensorial de los niños de 1 a 3 años en los Centros de Desarrollo Infantil en la Ciudad de Ambato. Segundo Trimestre de enero-marzo 2011. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- HINOSTROZA, R. D. & GAMONAL, D. S. (2011). Nivel de Conocimiento sobre Estimulación Prenatal en Gestantes atendidos en el Hospital II-1 Moyobamba julio-diciembre 2011. Perú.
- KLOTTER: (1996). Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control, 8va. ed. Prentice Hall.
- MALDONADO, M. C. & OLIVA, A. G. (2008). Importancia de la Estimulación Prenatal a Mujeres en el Último Trimestre de Embarazo. Guatemala: Universidad de San Carlos.
- MALHOTRA, N. K. (2008). Investigación de Mercados. México: Pearson Educación de México, S. A. de C. V.



Diagnóstico de los consumidores mexicanos desde la perspectiva de mercadotecnia de la salud

ADRIANA MÉNDEZ WONG

EDITH REYES RUIZ

JESÚS FRANCISCO MELLADO SILLER

ALUMNA COLABORADORA: KATYA PAOLA HERNÁNDEZ RUIZ

Resumen

El presente documento es un anteproyecto de investigación que se propone, para trabajar en red, valerse de la gestión de la mercadotecnia. Se plantea en el área de marketing social y de la salud. En una primera etapa, se pretende realizar un estudio sobre las características de los compradores por impulso, con el fin de comprender el desarrollo de estrategias que motivan el cambio de hábitos o prácticas para mejorar la salud de los consumidores mexicanos y fomentar el consumo responsable. Se presentan resultados preliminares de la aplicación del instrumento con una escala desarrollada para la medición de compra obsesivo-compulsivos y control-impulso, en la ciudad de Saltillo. Es un estudio cuantitativo, explicativo y transversal, utilizando muestreo por estratificación.

Revisión de literatura

Marketing social es el uso de conceptos y herramientas de marketing comercial en programas diseñados para modificar el comportamiento de los individuos, e incrementar su bienestar y el de la sociedad en su conjunto (Kotler & Armstrong, 2007).

Marketing de la salud son las estrategias y tácticas de la mercadotecnia que pueden aplicarse con éxito en las instituciones médicas y de salud. En este campo existen dos aplicaciones de la mercadotecnia: la social y la comercial. La mercadotecnia social para la salud tiene como objetivo central promover la salud pública; la mercadotecnia comercial para la salud la practican inversionistas privados en esta industria, principalmente fabricantes de medicamentos, laboratorios de análisis clínicos y médicos (Fischer & Espejo, 2011).

Los investigadores del consumidor están cada vez más interesados en explorar los diversos rasgos respecto de la posesión y el consumo, los cuales van desde el materialismo del consumidor hasta el comportamiento compulsivo del consumidor, pasando por el comportamiento de consumo como una fijación (Schiffman & Lazar Kanuk, 2005).

El consumidor responsable es “una persona informada y consciente de sus hábitos de consumo. Además de conocer y exigir sus derechos como consumidor, busca la opción de consumo con el menor impacto negativo posible sobre el medio ambiente y con un efecto positivo en la sociedad. Esta manera responsable de consumir se traduce en muchos pequeños actos y decisiones diarias, y puede llegar a atravesar, todos los ámbitos de la vida” (Natalichio, 2011).

El materialismo como un rasgo de personalidad, establece una diferencia entre los individuos que consideran las posesiones como un elemento esencial para su vida y su identidad, y aquellos para quienes las posesiones son algo secundario (Russell W., 1985).

Compra por impulso: comportamiento concentrado en el tiempo y conducente a una decisión de compra provocada por la acción de un impulso y el brusco ascenso del deseo, ante la evocación o la presencia del objeto satisfactorio. Habitualmente, se alude a un comportamiento de compra, vecino del acto reflejo, no razonado: el acto de apoderarse físicamente del producto, sobre una superficie comercial en servicio libre, la oportunidad de una liquidación, el caso de un ejemplar único en el contexto de un ambiente promocional. Sin embargo, la compra por impulso no es limitada a productos baratos o de amplio consumo. Una situación particularmente seductora puede acarrear el desenlace brusco, llegando inclusive a sorprender al propio sujeto, de un largo proceso de acopio de la información y titubeos; por ejemplo, el pedido de un determinado modelo de automóvil o la decisión de filmar una promesa de compra para la adquisición de un apartamento (Serraf, 1998).

El proceso de compra es el conjunto de etapas por las que pasa un consumidor para poder adquirir algo. Estas etapas cambian gradualmente según sean los gustos y las necesidades que el consumidor tenga; por ejemplo, un comprador puede pasar directamente de la necesidad sentida a la compra real, sin afectar la actividad previa a ella; éstos son compradores impulsivos (Fischer & Espejo, 2011).

Dentro de la línea de investigación del comportamiento compulsivo de consumo se destaca la escala propuesta por Ridgway (Ridgway, Kular-Kinney & Monroe, 2008), que visualiza este comportamiento asociado tanto al desorden control-impulso [DCI] como al desorden de obsesión-compulsión [DOC] vinculado con ansiedad, angustia y preocupación (Cavazos Arroyo, Sánchez Lezama & Cavazos Arroyo, 2010).

El consumo compulsivo pertenece al ámbito del comportamiento anormal: es un ejemplo del "lado oscuro" del consumo (Schiffman & Lazar Kanuk, 2005).

La palabra compulsión es un término psicoanalítico utilizado por Freud a propósito de la neurastenia obsesiva, que designa una conducta provocada por una obligación interna en el trastorno obsesivo-compulsivo. El término de compras compulsivas, discutible para los psiquiatras, está justificado si nos referimos a dos de las características que Freud atribuía a la compulsión: la obligación y la repetición. Sin ser una compulsión propiamente dicha, la compra patológica toma de ella determinados aspectos: no es controlable, ni diferible y está suscitada más por una necesidad interna que por una necesidad objetiva (Ades & Lejoyeux, 2003).

Los productos de compra por impulso (se compran en el momento de verlos) son aquellos que se adquieren de manera inmediata, debido a una necesidad profundamente sentida. Es decir, su compra no se había planeado sino que su decisión se toma en el momento de verlos (Parreño Selva & Ruiz Conde, 2006).

Impulso son los caprichos momentáneos, las conductas inerciales, los deseos, los satisfactores, etc. Ahora sabemos que las motivaciones profundas no son suficientes para explicar lo que lleva a una persona a consumir o comprar algo. Identidades que flotan y se disuelven. Aparición de un nuevo consumidor que muestra un yo y una identidad que representa un espacio flotante y fragmentado. Hemos encontrado consumidores que se nombran a sí mismos como bipolares y no porque tengan un trastorno psiquiátrico, sino porque aceptan su impulsividad, y sus cambios constantes en gustos y costumbres (Otaúy & Buenfil, 2009).

Metodología

Diseño de la investigación

Estudio cuantitativo, explicativo, porque se confirma la estructura de una escala desarrollada para la medición del comportamiento de compra obsesivo-compulsivo y control-impulso. Además es investigación de corte transversal, ya que el instrumento se aplica una sola vez en el tiempo.

Muestreo por estratificación

Cuando se seleccionan aleatoriamente las personas de una población, estas características pueden o no estar presentes en la muestra, en las mismas proporciones que en la población. La estratificación asegura su representatividad. Se identifican las características usadas al estratificar la población (por ejemplo, edad). El investigador se asegura de que números apropiados de elementos sean tomados de subconjuntos homogéneos de tal población. La función última de la estratificación consiste en organizar a la población en subconjuntos

homogéneos (grados, turno, sexo) (Babbie, 1988).

El primer paso en la selección de una muestra aleatoria estratificada consiste en especificar claramente los estratos (Sccheaffer, Mendenhall III & Lyman Ott, 2007).

En este estudio se lleva a cabo un muestreo por estratificación considerando la variable edad.

Tabla 1. Muestreo por estratificación por variable edad. Caso Saltillo, Coahuila					
Categoría de edad	Categoría	Total del estado Coahuila	1	Porcentaje de muestra por categoría	Total de muestra
	10-14	257591	0.15147725	15.15	198
	15-19	231415	0.13608436	13.61%	181
	20-24	214562	0.1261739	12.62%	169
	25-29	206589	0.12148535	12.15%	164
	30-34	205193	0.12066443	12.07%	163
	35-39	157386	0.09255136	9.26%	129
	40-44	128951	0.07583007	7.58%	108
	45-49	98997	0.05821552	5.82%	84
	50-54	82932	0.04876844	4.88%	71
	55-59	63057	0.03708088	3.71%	55
	60 o más	53853	0.03166844	3.17%	47
		1700526		100.00	1369

El instrumento se divide en:

Bloque 1: Escala de control-impulso y obsesión-compulsión de Ridgway.

Bloque 2: Escala de compras compulsivas de Valence, D'Astous y Fortier.

Bloque 3: Escala de compra compulsiva de Faber y O'Guinn

Bloque 4: Sentimientos de compra

Tabla 2. Instrumento								
Bloque 1								
1	En mi clóset hay bolsas con compras que he realizado aún sin abrir.	1	2	3	4	5	6	7
2	Mis conocidos me han llamado "comprador compulsivo".	1	2	3	4	5	6	7
3	Una buena parte de mi vida se centra alrededor de comprar cosas.	1	2	3	4	5	6	7
4	Compro cosas que no necesito .	1	2	3	4	5	6	7
5	Compro cosas que no tenía planeado comprar.	1	2	3	4	5	6	7
6	Me considero un comprador(a) impulsivo(a).	1	2	3	4	5	6	7
7	Cuando hay ofertas: compro los productos aun y cuando no los necesite.	1	2	3	4	5	6	7
Bloque 2								
8	Cuando tengo dinero, no puedo contenerme y gasto una parte o todo.	1	2	3	4	5	6	7
9	Con frecuencia soy impulsivo en mi comportamiento como comprador.	1	2	3	4	5	6	7
10	En cuanto ingreso en un centro comercial, siento una necesidad irresistible de entrar a alguna tienda a comprar algo.	1	2	3	4	5	6	7
11	Soy una de esas personas que frecuentemente responden a las ofertas enviadas por correo.	1	2	3	4	5	6	7
12	En muchas ocasiones he comprado un artículo que no necesitaba, sabiendo que tenía muy poco dinero disponible.	1	2	3	4	5	6	7
Bloque 3								
13	Si me queda dinero al final del periodo de pago, siento que tengo que gastarlo.	1	2	3	4	5	6	7
14	Creo que otras personas se sentirían horrorizadas si conocieran mis hábitos de gastos.	1	2	3	4	5	6	7
15	He comprado cosas que estaban fuera de mis posibilidades económicas.	1	2	3	4	5	6	7
16	Compré algo solamente para sentirme mejor.	1	2	3	4	5	6	7
Bloque 4								
17	Cuando compro siento que se me quita la depresión.	1	2	3	4	5	6	7
18	Cuando compro me siento más seguro de mí mismo.	1	2	3	4	5	6	7

19	Cuando compro siento que obtengo felicidad.	1	2	3	4	5	6	7
20	Cuando compro siento que soy muy importante.	1	2	3	4	5	6	7
21	Estando enfermo si compro me siento mejor de salud.	1	2	3	4	5	6	7

Resultados preliminares

Hábitos de consumo y estado civil

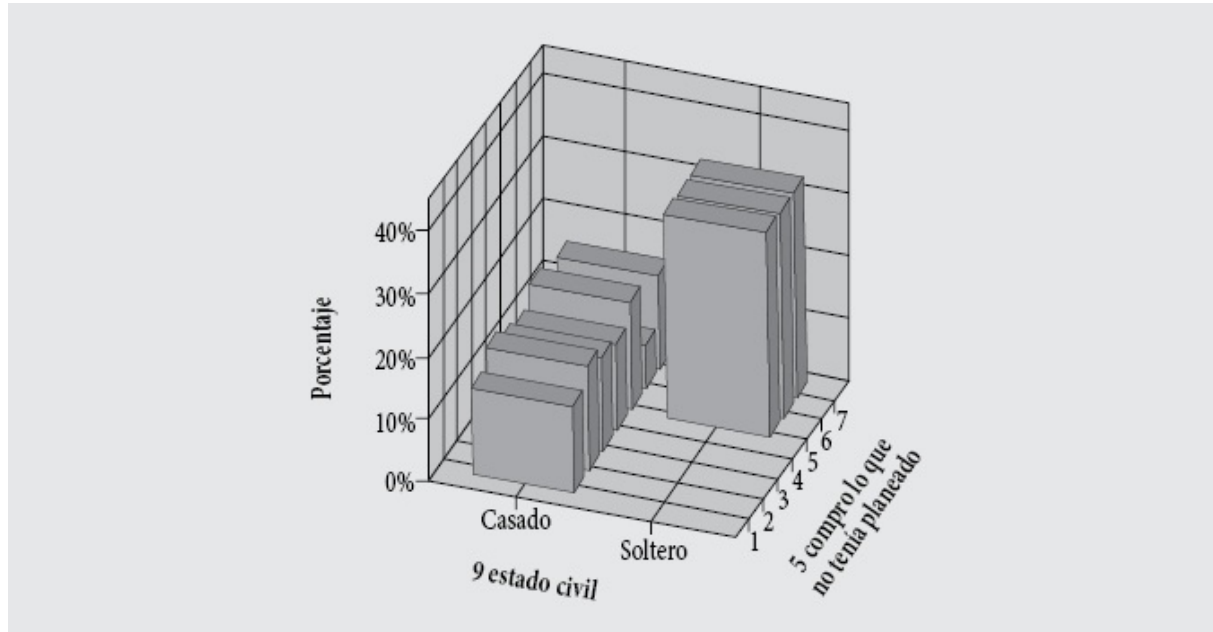


Figura 1. Compró ofertas que no necesitó

Se observa, en figura 1, que en la pregunta “¿compra lo que no tenía planeado?”, el 66% de las personas casadas respondió que está de acuerdo, y el otro 33% respondió que está totalmente de acuerdo, que compra lo que no tenía planeado comprar. Esto indica que toda la población casada evalúa en escala baja que sí compra lo que no tenía planeado. Al parecer el estado civil tiene relación con el comportamiento compulsivo.

Se observa, en la figura 1, que en la pregunta “¿compra lo que no tenía planeado?”, el 21.5% de las personas solteras respondió estar totalmente desacuerdo, el 15% respondió tres, el 46.5% respondió estar de acuerdo y 21% respondió estar totalmente de acuerdo. Esto indica que el 46.5% de la población soltera evalúa en media que no compra lo que no tenía planeado, y el 46.5% indica que sí compra lo que no tenía planeado. Al parecer el estado civil tiene relación con el comportamiento compulsivo.

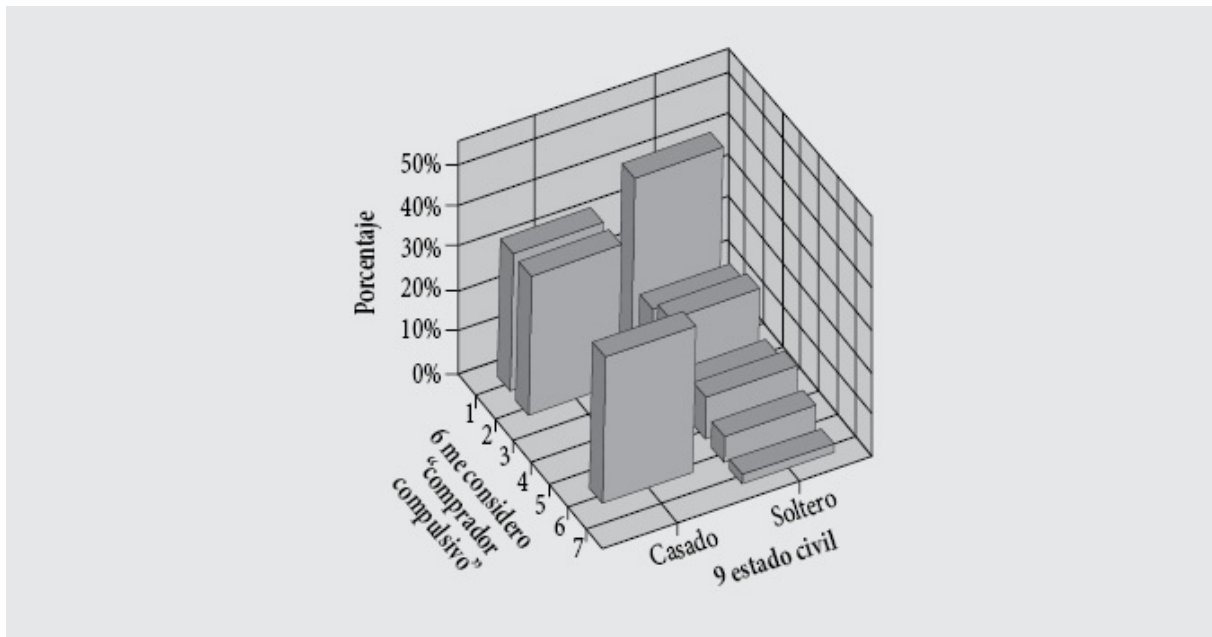


Figura 2

Se observa, en la figura 2, que en la pregunta “¿me considero comprador compulsivo?”, el 66% de las personas casadas respondió totalmente desacuerdo, y otro 33% respondió estar totalmente de acuerdo. Esto indica que dos terceras partes de la población casada evalúan en escala baja que no se considera comprador compulsivo, y la tercera parte indica que sí se considera comprador compulsivo, al parecer el estado civil tiene relación con el comportamiento compulsivo.

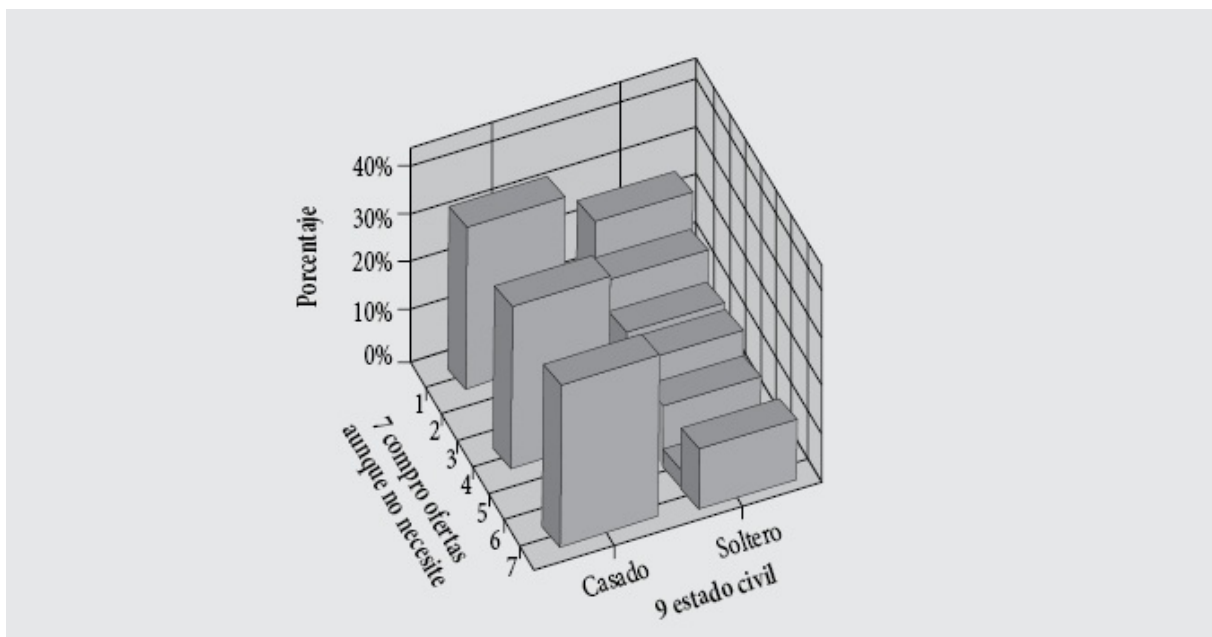


Figura 3

Se observa, en la figura 3, que en la pregunta “¿compro ofertas aunque no necesite?”, el 33% de las personas casadas respondió estar totalmente desacuerdo, otro 33% respondió estar de acuerdo y el otro 33% respondió estar totalmente de acuerdo de comprar ofertas aunque no necesite el producto. Esto indica que la tercera parte de la población casada evalúa en la escala baja que no compra cosas que no necesita, la otra tercera parte de la muestra de casados manifiesta opinión neutra acerca de esta variable, y una tercera parte indica que compra ofertas aun y cuando no necesite los productos, al parecer el estado civil tiene relación con el comportamiento compulsivo.

Se observa, en la figura 3, que en la pregunta “¿compra ofertas aunque no necesite?”, el 26% de las personas solteras respondió estar totalmente de acuerdo, el 18% respondió estar de acuerdo y el 45% estar totalmente en desacuerdo en comprar ofertas aun y no necesite el producto. Esto indica que el 26% de la población soltera evalúa en la escala baja que no compra cosas que no necesita, el 18% de la muestra de solteros manifiesta opinión neutra acerca de esta variable, y el 45% indica que compra ofertas aun y cuando no necesite los productos, al parecer el estado civil tiene relación con el comportamiento compulsivo.

Se realiza un análisis de correlación producto-momento, de Pearson, con alfa de 0.05 de las variables de comprador compulsivo, encontrándose los siguientes resultados:

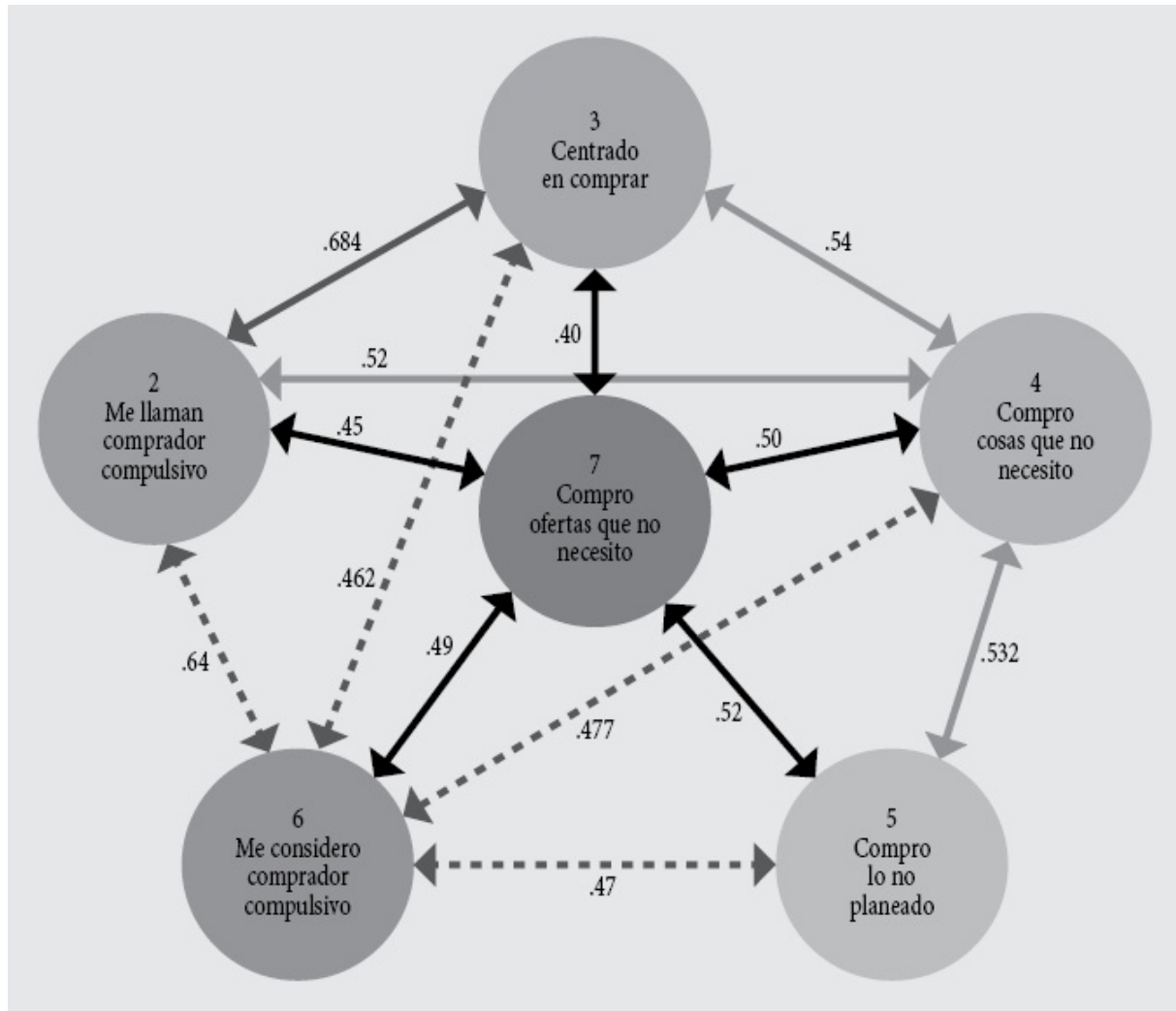


Figura 4

Se observa, en la figura 4, que hay correlación significativa de la variable “compro ofertas que no necesito” con las variables “me considero comprador compulsivo” $r = .498$, “compro lo no planeado” $r = .527$, “compro cosas que no necesito” $r = .509$, “centrado en comprar” $r = .400$, “me llaman comprador compulsivo” $r = .453$, por lo que a mayor compra de ofertas que no necesita, compra productos no planeados, y cosas que no necesita y por lo tanto más veces lo llaman comprador compulsivo.

Se observa, en la figura 4, que hay correlación significativa de la variable “me considero comprador compulsivo” con las variables “compro lo no planeado” $r = .473$, “compro cosas que no necesito” $r = .477$, “centrado en comprar” $r = .462$, “me llaman comprador compulsivo” $r = .645$, lo que indica que a más veces el sujeto comprende que compra cosas que no necesita, y se siente más centrado en comprar, por lo tanto más lo llaman comprador compulsivo.

Conclusiones

Los resultados preliminares en la ciudad de Saltillo, nos muestran que en general la población entrevistada no se considera comprador por impulso y dice no estar centrada en comprar, pero se muestra que la población tiene características de comprador compulsivo, ya que evalúa alto las respuestas a las variables que así lo sugieren. La persona que realiza más compras de ofertas que no necesita, y además compra productos no planeados y cosas que no necesita, generalmente es llamada por otras personas comprador compulsivo, y casi siempre ha recibido más veces este calificativo.

Se propone que los integrantes de la red Gestión de la Mercadotecnia apliquen el instrumento con el fin de brindar posibilidades de comparación.

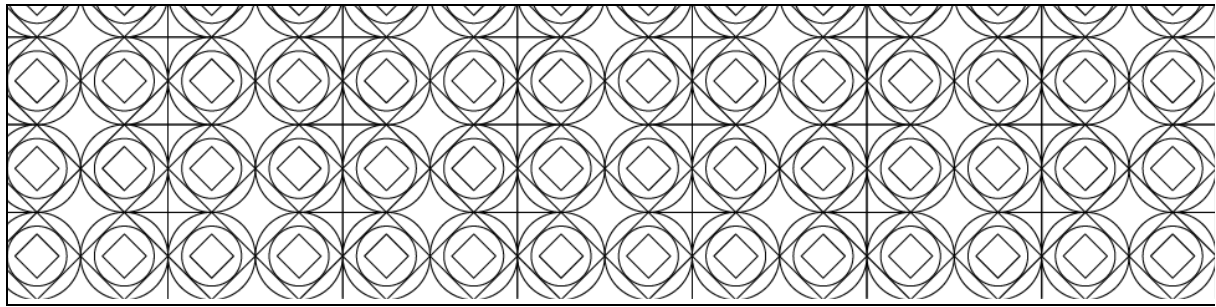
Referencia bibliográfica

- ADES, J. & LEJOYEUX, M. (2003). Las nuevas adicciones. España: Kairós.
- ALLEN, W. (1996). Estadística Aplicada (Vols. ISBN 84-8086-269-6). España: Irwin Mc Graw Hill.
- BABBIE, E. (1988). Métodos de Investigación por encuesta. México: Fondo de Cultura Económica.
- BUTTLE, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. Inglaterra: European Journal of Marketing. Vol. 39 Iss: 1: 8-32.
- CAVAZOS ARROYO, J. (2010). Análisis de la asociación del comportamiento de compra tipificado bajo control-impulso y obsesión-compulsión en relación a monto jugado y frecuencia de consumo de juegos de azar en estudiantes universitarios mexicanos. <http://www.alafec.unam.mx/mem/lima/mercadeo/MERCA2.PDF>, Ed. Puebla, México: ALAFEC.
- CAVAZOS ARROYO, J., SÁNCHEZ LEZAMA, A. P. & CAVAZOS ARROYO, R. (2010). Análisis de la asociación del comportamiento de compra tipificado bajo control-impulso y obsesión-compulsión en relación a monto jugado y frecuencia de consumo de juegos de azar en estudiantes universitarios mexicanos. XII Asamblea General de ALAFEC. Lima, Perú.
- CHRISTIAN, G. (1994). Gestión y marketing de servicios, la gestión de los momentos. España: Díaz de Santos.
- COLMENARES DELGADO, O. A. & SAAVEDRA TORRES, J. L. (2004). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio (<http://www.cyta.com.ar>) Ciencia y Técnica Administrativa, ISSN 1666-1680.
- DUTKA, A. (1998). Manual de AMA para la satisfacción del cliente. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica S. A.
- FISCHER, L. & ESPEJO, J. (2011). Mercadotecnia. México: Mc Graw Hill.
- GARCÍA BUADES, E. (2001). Calidad de servicio en hoteles de sol y playa (Vols. ISBN 978-84-7738-891-3). Madrid: Síntesis.
- GONZÁLEZ, D. & GARCÍA: (2009). Medición y Evaluación de la calidad de Servicio percibida: Análisis Crítico. Cuba: Contribución a la Economía.
- KOTLER: & ARMSTRONG, G. (2007). Marketing. Versión para Latinoamérica. México: Pearson.
- MARTIN, C. & PAYNE, A. (1994). Marketing Relacional; integrando la calidad, el servicio al cliente y el marketing. España: Díaz de Santos.
- MARTINEZ SERNA, M. D. (2008). "La orientación a mercado (OM) y su influencia con el compromiso organizacional en empresas de Aguascalientes". (<http://www.alafec.unam.mx/mem/repdom/Mercadeo/LaOrientacion.pdf>, Ed.) Aguascalientes: ALAFEC.
- NATALICHIO, R. (17 de 06 de 2011). Con-sumo cuidado. Comercio justo y consumo responsable. Obtenido de Ecoportal. net: http://www.ecoportal.net/Eco-Noticias/Consumo_cuidado._Comercio_justo_y_consumo_responsable
- OTADUY, J. & BUENFIL, D. (2009). #Efecto Mezcal. Múltiples velocidades del consumidor y su relación con las marcas. México: De la Riva Group.
- PARREÑO SELVA, J. & RUIZ CONDE, E. (2006). Los instrumentos del marketing. España: Club Universitario.
- PÉREZ, C. (2009). Técnicas estadísticas multivariantes con SPSS (Vol. ISBN 9788492812004). Garceta.
- RIBEIRO, D. (2002). Customer's expectations factors in restaurants. The situation in Spain. . International Journal of Quality & Reliability Management, 19 (8/9), 1.055-1.067.
- RIDGWAY, N., KULAR-KINNEY, M. & MONROE, K. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of Compulsive Buying. Journal of Consumer Research, 622-639.
- RUSSELL W., B. (1985). "Three Scales to Measure Constructs Related to Materialism" y "Materialism: Trait Aspects of living in the Material World". Journal of Consumer Research.

SCHEAFFER, R., MENDENHALL III, W. & LYMAN OTT, R. (2007). Elementos de muestreo. España: Thomson Editores.

SCHIFFMAN, L. & LAZAR KANUK, L. (2005). Comportamiento del consumidor, 8a. ed. México: Pearson Educacion.

SERRAF, G. (1998). Diccionario metodológico de mercadotecnia. México: Editorial Trillas.



Competencias del egresado de la licenciatura en Mercadotecnia, el caso de la UASLP-UAMZM

DAVID GÓMEZ SÁNCHEZ

HÉCTOR LÓPEZ GAMA

JORGE HORACIO GONZÁLEZ ORTIZ

Introducción

Los estudios superiores abren las puertas a trabajos y experiencias profesionales, propician el desarrollo y la superación personal, por lo que es de suma importancia que las instituciones de educación superior o universidades realicen bien sus funciones, que en sus aulas formen profesionistas competentes y comprometidos con su trabajo, para que al insertarse en el campo laboral se desempeñen adecuadamente.

Estudiar los conocimientos, habilidades, y valores que forman las competencias de los egresados de la licenciatura en Mercadotecnia es muy importante, ya que de esta manera se reconoce lo que se espera de ellos, se replantean los programas educativos por parte de las universidades y se desarrollan actividades de apoyo que buscan generar en el graduado la capacidad para tener un buen desempeño laboral, en el entendido de que la sociedad es cada vez más exigente y requiere de personas que sean capaces de realizar diversas actividades relacionadas con su especialidad y contar con una formación basada en valores.

Se realiza este estudio con la finalidad de conocer las competencias de los egresados de la licenciatura en Mercadotecnia, de la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media (UAMZM), de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), y se espera que los resultados ayuden al fortalecimiento del programa de tutoría con el que cuenta, al rediseño curricular de la carrera para actualizarlo y generar su pertinencia, a la habilitación y capacitación docente; asimismo, para establecer programas de apoyo que propicien el desarrollo integral del estudiante.

Marco teórico

Hablar de competencia implica tanto habilidades mentales como habilidades físicas, esto es, se considera a la comprensión o conocimiento, pero también connota destreza o habilidad física (Ruiz, 2006). Perrenoud (2004) define a la competencia como la aptitud para enfrentar eficazmente una familia de situaciones análogas, movilizandole a conciencia y de manera rápida, pertinente y creativa, múltiples recursos cognitivos: saberes, capacidades, micro-competencias, informaciones, valores, actitudes, esquemas de percepción, de evaluación y de razonamiento.

García (2008), por su parte, indica que competencia es una habilidad aprendida para llevar a cabo adecuadamente una tarea, deber o rol, y tiene dos elementos distintivos: está relacionada con el trabajo específico en un contexto particular e integra diferentes tipos de conocimientos, habilidades y actitudes, que a diferencia de estos últimos, la competencia no se pueden evaluar de manera independiente. También se tienen que distinguir las competencias de rasgos de personalidad, que son características más estables del individuo.

Existen diversos estudios sobre las competencias de los egresados de programas de licenciatura y el impacto de la currícula, tal es el caso del artículo publicado por la Revista de curriculum y formación de profesorado, en donde se plantea la necesidad de generar un cambio en los procesos evaluativos para favorecer el desarrollo de las competencias específicas y transversales de cada titulación. Para ello se parte de la conceptualización de las competencias, se analizan las implicaciones que este nuevo enfoque genera sobre el trabajo del profesorado en general y sobre la docencia en particular, y se señalan las características que debería tener una evaluación de los aprendizajes por competencia. Los diseños por competencias constituyen un tema controvertido, de hecho siempre se han trabajado, puesto que se han formado personas competentes. Se trata de una nueva lógica, donde la currícula, más que alcanzarse a base de sumatorios de conocimientos disciplinares fragmentados, se diseña a partir del perfil holístico de ciudadano que se desean formar, pero donde los conocimientos de cada disciplina siguen. Se puede pasar de una evaluación de los aprendizajes a una evaluación para los mismos aprendizajes y buscar que los alumnos aprendan mejor y estén más preparados para el futuro (García, 2008).

Por su parte, el estudio denominado "Competencias conductuales: su pertinencia en la formación y práctica profesional del psicólogo", señala que el concepto de competencia puede constituir un instrumento útil para precisar los requerimientos para su formación académica y práctica. Ser competente implica tener la atribución para tratar acerca de algo, ser experto o tener conocimiento de ello; por consiguiente se refiere a que se puede hacer algo porque ya se ha hecho o porque se tiene conocimiento de lo que se tiene que hacer. Las competencias implican habilidades, pero no constituyen solamente habilidades. Las competencias requieren, además, satisfacer un nivel o criterio de aptitud. Ser competente incluye ser hábil y ser apto. En esta investigación el autor sugiere que concebir al psicólogo como profesional de interface promueve la diversidad de habilidades y criterios y potencia su aptitud para resolver problemas (Iñesta, 2006).

Duque y Macías (2005) señalan en su artículo relacionado con las competencias, que para poder desempeñarse en la sociedad actual se debe recibir una educación que permita desenvolverse en entornos complejos e impredecibles, de ahí surge la necesidad de formarse en competencias, debido a que el mundo es cada vez más dinámico. Las empresas no saben hasta cuándo van a vivir en el mercado, por lo que gestionan el capital bajo el concepto de empleabilidad. Las personas, entre más competencias desarrollen, más posibilidades tendrán de ser competitivas en el mercado. En el futuro, las universidades prácticamente serán virtuales y algunos suponen que no habrá currículos, las funciones de los profesores y los alumnos cambiarán paulatinamente: los primeros, como asesores metodológicos y los segundos, como planeadores e investigadores. Las competencias no deben pensarse como "la panacea" de la educación y, por el contrario, se deben mirar con espíritu crítico y reflexivo: en pocos años pueden emerger paradigmas en educación y darle un nuevo sentido a la forma de educarse y de mirar el mundo.

Objetivo general

Conocer las competencias que debe tener el egresado de la licenciatura en Mercadotecnia al insertarse en el campo laboral, así como determinar los conocimientos, habilidades y valores que las forman y que se consideran más importantes desde la percepción de empleadores, egresados, profesores y estudiantes de la UAMZM.

Metodología

Tipo de estudio

Esta investigación es de tipo descriptiva, ya que el propósito principal es mencionar las características de objetos, personas, grupos, organizaciones o entornos, es decir, trata de "pintar un cuadro" de una situación y ayuda a mostrar el perfil de los segmentos de mercado (Zikmund, 2009). Se utilizó el diseño transversal, que es una recopilación de información necesaria, utilizando una única muestra de la población que es del interés de análisis (Blanco, 2010).

Población

Se parte de la idea de que la población es "la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia"; o bien, una unidad de análisis (Bernal, 2006), para lo cual en el presente estudio la población está conformada por los alumnos, profesores, egresados y empleadores de la licenciatura en Mercadotecnia, de la UAMZM, teniendo un total de 229 individuos.

Muestra

Cuando se analizan todos los integrantes de una población, se tiene un censo o universo. Entonces la investigación se realiza sobre la totalidad de la población y los datos obtenidos se llaman parámetros de esa población (VIEDMA, 1995). La muestra a analizar es una porción del material del cual se desea obtener información, seleccionada de tal forma que posea las características esenciales del conjunto (Buscarons, 2005). Para este estudio está conformada por cuatro grupos compuesto por los alumnos, maestros, egresados y empleadores de egresados de la licenciatura en Mercadotecnia, de la UAMZM. El tamaño muestra es de 106 individuos, calculado con la ecuación 1, que se incluye para poblaciones infinitas o indeterminadas y, para la realización del ajuste de la población, se utilizó la ecuación 2 (Berenson & Levine, 2000), que a continuación se muestra. Para determinarlo se consideraron tres aspectos: el error admisible en la estimación (7%), el nivel de confianza (95%) y la probabilidad verdadera de éxitos (50%).

Ecuación 1 para calcular el tamaño de la muestra con población infinita

$$n_0 = \frac{z^2 p (1-p)}{e^2}$$

$$n = \frac{z^2 p (1-p)}{e^2} = \frac{1.96 (0.5)(0.5)}{0.07^2} = 196$$

Ecuación 2 para calcular el tamaño de la muestra con población finita

$$n = \frac{n_0 N}{n_0 + N - 1}$$

$$n_0 = \frac{n \times N}{N + n - 1} = \frac{138 \times 576}{138 + 576 - 1} = 106 \text{ Para población infinita}$$

Muestreo

La primera etapa del proceso de muestreo consiste en identificar la población objetivo; por consiguiente, es necesario determinar con exactitud la composición y características de los integrantes de la población objeto de estudio y del marco disponible para la realización de la investigación (Nogales, 2004). Existen dos métodos de muestreo, los probabilísticos y los no probabilísticos, dentro de los probabilísticos están el muestreo estratificado, que determina el número de elementos a seleccionar de cada segmento, necesarios para formar una muestra representativa y supone el conocimiento (sospecha), por parte del investigador del comportamiento de algunas características de la población con relación al tema que se está investigando (Tejeda, 2008). Para este estudio se utilizó el muestreo estratificado y se establecieron los siguientes grupos de interés: 13 empleadores, 28 egresados, 10 profesores, y 55 estudiantes; tal como se muestra en la tabla.

Grupo de interés	N	n	%
Alumnos	119	55	51.97
Egresados	60	28	26.2
Profesores	20	10	8.73
Empleadores	30	13	13.1
	229	106	100

Instrumento

Se eligió como instrumento el cuestionario, en donde el tipo de información que se recaba varía de forma considerable según sus objetivos. En él se trata de describir lo que está sucediendo o se conocen las razones de una actividad de marketing en particular (Zikmund, 2009). Se aplicó un cuestionario elaborado por profesores-investigadores de la UAMZM a partir de investigaciones exploratorias sobre los perfiles de egreso de cinco de las licenciaturas con las que cuenta. Se consideraron los perfiles definidos en el Examen General de Egreso a la Licenciatura (EGEL), lo que permite identificar si los egresados del nivel superior cuentan con los conocimientos y habilidades necesarias para iniciarse eficazmente en el ejercicio profesional, además de basarse en investigaciones previas diseñadas en el marco del programa Tunning para América Latina. Dicho cuestionario consta de 48 ítems, 22 referentes a las habilidades, 20 relativos a los conocimientos y 6 que buscan determinar el grado de conciencia de un mercadólogo, además de obtener datos sociodemográficos importantes para el estudio.

Confiabilidad

La confiabilidad de un cuestionario "es la capacidad del mismo instrumento para producir resultados congruentes cuando se aplica por segunda vez, en condiciones tan parecidas como sea posible", es decir, el instrumento arroja medidas congruentes de una medición a la siguiente (Bernal, 2006). Para este estudio se obtuvo el Kaiser-Mayer-Olkin (KMO), equivalente al Alfa de Cronbach para cada uno de los conjuntos analizados: para habilidades fue de 0.780, conocimientos 0.748, competencias 0.674 y grados de conciencia de 0.793, con lo anterior se puede deducir que la confiabilidad es buena, ya que valores entre 0.5 y 1.0 indican que el análisis factorial es apropiado.

Validez del constructo

La evaluación de la validez del constructo implica la comprensión de las bases teóricas que sustentan las

mediciones obtenidas. Una medida tiene una validez del constructo si se comporta conforme a la teoría que sustenta la predicción (Mc Daniel, 2005). A esta validez le concierne en particular el significado del instrumento, esto es, qué está midiendo, y cómo opera para medirlo. Integra la evidencia que soporta la interpretación del sentido que poseen las puntuaciones del instrumento (Hernández, Fernández y Batista, 2010). En el caso de este estudio, la validez se analizó mediante el análisis factorial para identificar la cantidad de factores principales y cumplir con la matriz de correlaciones, las pruebas de esfericidad de Bartlett, la medida de lo apropiado del muestreo κ_{MO} , el gráfico de sedimentación y la rotación (Varimax), con la finalidad de minimizar el número de variable con cargas altas en cada factor, aumentando la posibilidad de interpretar cada uno de ellos (Malhotra, 2008). La base de datos se gestionó con el programa SPSS V19.

Procedimiento de validación

La relación entre encuestados, los 106 y las 48 variables del instrumento, es 2.2 y los resultados obtenidos son los siguientes:

La prueba de esfericidad de Bartlett tiene un valor de 2605.395 con un sig. = 0.000, lo que indica que las variables no están correlacionadas en la población (Martori, 2003). El coeficiente κ_{MO} = 0.674; valores entre 0.5 y 1.0 indican que el análisis factorial es apropiado. En la matriz de correlaciones entre variables, la mayoría de ellas tienen correlaciones significativas. Como se observa en la tabla 2, prácticamente todas las comunalidades han sido superiores a 0.5, esto señala que parte de la varianza queda explicada en la solución factorial (Kinnear, 2007). Estas pruebas generan la posibilidad de reducir datos mediante el análisis factorial.

Tabla 2. Comunalidades		
Comunalidades	Inicial	Extracción
Capacidades de proponer e implementar soluciones	1.000	.682
Capacidad para obtener y buscar información	1.000	.588
Capacidad para analizar información	1.000	.613
Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes	1.000	.657
Calidad al prestar el servicio	1.000	.689
Dominio de la comunicación oral y escrita en su idioma	1.000	.607
Dominio del inglés o de algún otro idioma	1.000	.624
Buen trato al cliente	1.000	.665
Negociación y establecimiento de acuerdos	1.000	.543
Creatividad e innovación	1.000	.603
Habilidad para trabajar en forma autónoma y emprendedora	1.000	.615
Uso de la tecnología para aprender	1.000	.738
Uso de la tecnología para comunicarse	1.000	.772
Uso de software para resolver problemas	1.000	.715
Saber actuar en un contexto global	1.000	.512
Capacidad para formular, gestionar y administrar proyectos	1.000	.540
Capacidad de aprender ,autoevaluar y actualizarse	1.000	.657
Actuar de manera crítica-propositiva	1.000	.542
Adaptación al cambio	1.000	.454
Colaboración con personas de otras culturas	1.000	.512
Saber trabajar en equipo	1.000	.644
Capacidad para tomar decisiones	1.000	.471
Investigación cualitativa	1.000	.761
Investigación cuantitativa	1.000	.665
Auditorías mercadológicas	1.000	.516
Diseño de imagen	1.000	.585
Distribución	1.000	.566
Ventas	1.000	.650
Relaciones públicas	1.000	.555
Publicidad	1.000	.649
Análisis e interpretación de datos	1.000	.511
Promoción	1.000	.497
Elaboración de presupuestos	1.000	.664
Fijación de precios	1.000	.683
Servicio postventa	1.000	.662
Creatividad en la creación de nuevos productos	1.000	.656

Segmentación de mercado	1.000	.632
Posicionamiento del producto	1.000	.510
Disposición para el manejo de recursos económicos, humanos, y materiales	1.000	.551
Disposición para asumir riesgos y responsabilidades	1.000	.656
Capacidad para detectar necesidades en el mercado y aprovecharlas	1.000	.614
Manejo electrónico de la mercadotecnia	1.000	.506
Cumplimiento de leyes, regulaciones y normas	1.000	.586
Comportamiento socialmente responsable	1.000	.561
Tolerancia a las diferencias entre personas	1.000	.564
Defensa del interés público	1.000	.625
Respeto a las instituciones y normas de convivencia pública	1.000	.640
Objetividad e independencia	1.000	.642

Selección de factores

Existen diversas formas para seleccionar factores, las más apropiadas para esta investigación son a priori, basadas en los valores propios, gráfica de sedimentación y fundamentadas en el porcentaje de varianza explicada (Malhotra, 2008).

En este caso no se pueden seleccionar los factores a priori, debido a que se carece de información específica que permita determinar las dimensiones. Como se aprecia en la tabla 3, si se hace a través de los valores propios de la variable, donde se recomienda tomar todos los factores con valor mayor a uno, la selección corresponde a diez factores.

Componente	Autovalores iniciales
	Total
1	11.161
2	2.707
3	2.590
4	2.263
5	2.212
6	1.845
7	1.760
8	1.726
9	1.451
10	1.438

Al seleccionar los factores de acuerdo con la varianza explicada, se toman diez o más como lo muestra la tabla 4, ya que son los que explican más del 60% (Malhotra, 2008).

Componente	% de la varianza	% acumulado
1	23.251	23.251
2	5.64	28.891
3	5.395	34.286
4	4.714	39.000
5	4.609	43.608
6	3.844	47.452
7	3.667	51.119
8	3.596	54.715
9	3.022	57.737
10	2.996	60.733

Finalmente, si se seleccionan por medio del gráfico de sedimentación, pueden ser entre dos y nueve, como se observa en el gráfico 1, ya que ahí se presentan los puntos de inflexión que determinan la cantidad de factores (Uriel, 2005).

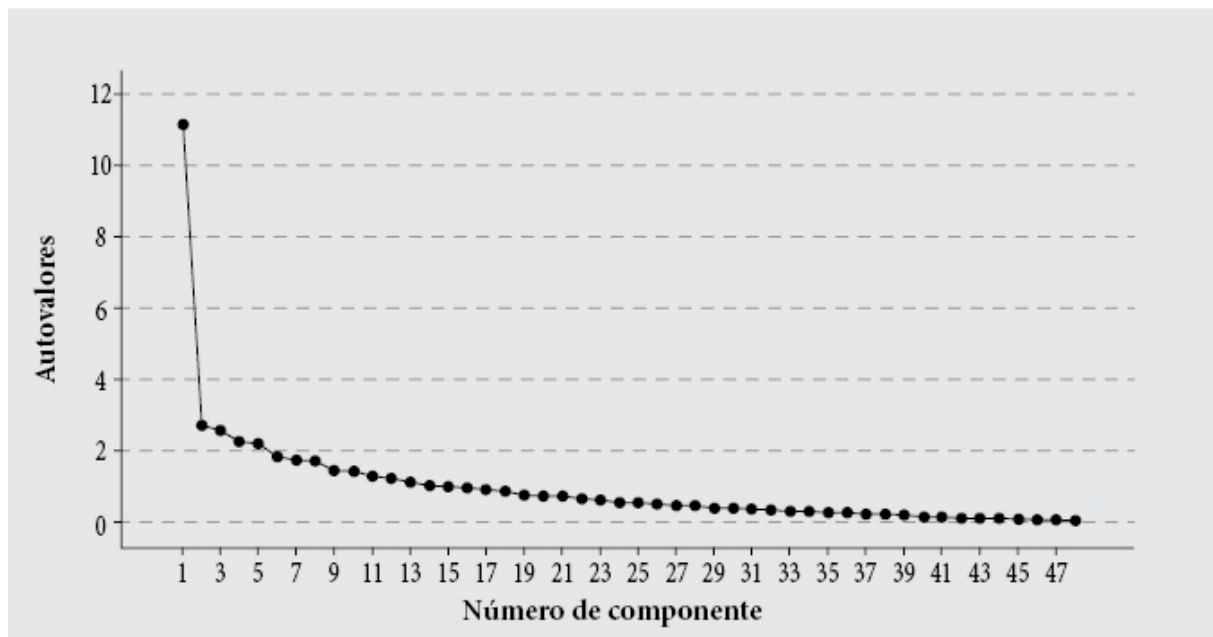


Gráfico 1. Sedimentación de los factores

Con lo anterior se determinó el número de factores, que para esta investigación son 10 y, con el Método Varimax, el cual representa una rotación ortogonal de los ejes, se obtiene una mejor interpretación de los componentes. Teniendo cargas factoriales aceptables, mayores a ± 0.3 , la puntuación se considera en el nivel mínimo (Hair, J.; Anderson R.; Tatham, R. y Black W., 2008). El análisis factorial que explica el 60.733% de la varianza es válido, ya que cumple con las siguientes condiciones: “la solución debe ser fácilmente interpretable, es decir comunicar fielmente la configuración inicial de las variables” y “los factores deben ser operativos” (Pedret, R., 2003).

Participantes

Se establecieron cuatro grupos de interés. Por lo que respecta a los egresados: el 46% son hombres y el 54% son mujeres, el 28.6% son egresados en el año 2011 y el 71.4% en el 2012. El rango de edad está entre los 22 y 30 años, con una moda de 24 años. El 68% de ellos se encuentran laborando.

Otro grupo de interés son los empleadores de los egresados, el cual se conforma de la siguiente manera: el 62% son propietarios y 38% administradores, el 38% son mujeres y 62% hombres. Respecto al giro de la empresa, el 61.5% son de servicio y el 38.5% son de comercio, el 31% son públicas y el 69% privadas y, finalmente, con referencia al tamaño de la empresa, 46.2% son microempresas, 38.5% medianas y 15.4% son pequeñas.

En relación con los estudiantes, el 56% son mujeres y el 44% son hombres. 25% de ellos son de octavo semestre, 25% de sexto, 24% de cuarto y 26% de segundo semestre. El 71.5% tienen experiencia laboral pero sólo el 13% se desarrollan en su campo disciplinar.

El último grupo de interés lo conforman los profesores, el 80% son profesores de asignatura y el 20% son de tiempo completo. El 30% son mujeres y el 70% son hombres; la antigüedad en la institución oscila entre 4 y 27 años, siendo la moda de 4 años. El 10% labora también en otra institución de educación y el 50%, además de su clase en la UAMZM, labora en una empresa.

Análisis de resultados

Se realizó un análisis factorial tomando en cuenta las habilidades, conocimientos y grados de conciencia que se consideraron en el instrumento de investigación. Se identifican diez competencias: cognitiva, ética y valores, manejo de la información, profesional de la información, trabajo en equipo y uso de la tecnología, investigación y posicionamiento del producto, autonomía y adaptación, ventas y relaciones públicas, comunicación en lenguaje profesional, y negociación y seguimiento al cliente. Como se observa en el gráfico 2, las más importantes, de acuerdo con la opinión de los grupos de interés participantes en la encuesta, son comunicación en lenguaje profesional, y ventas y relaciones públicas.

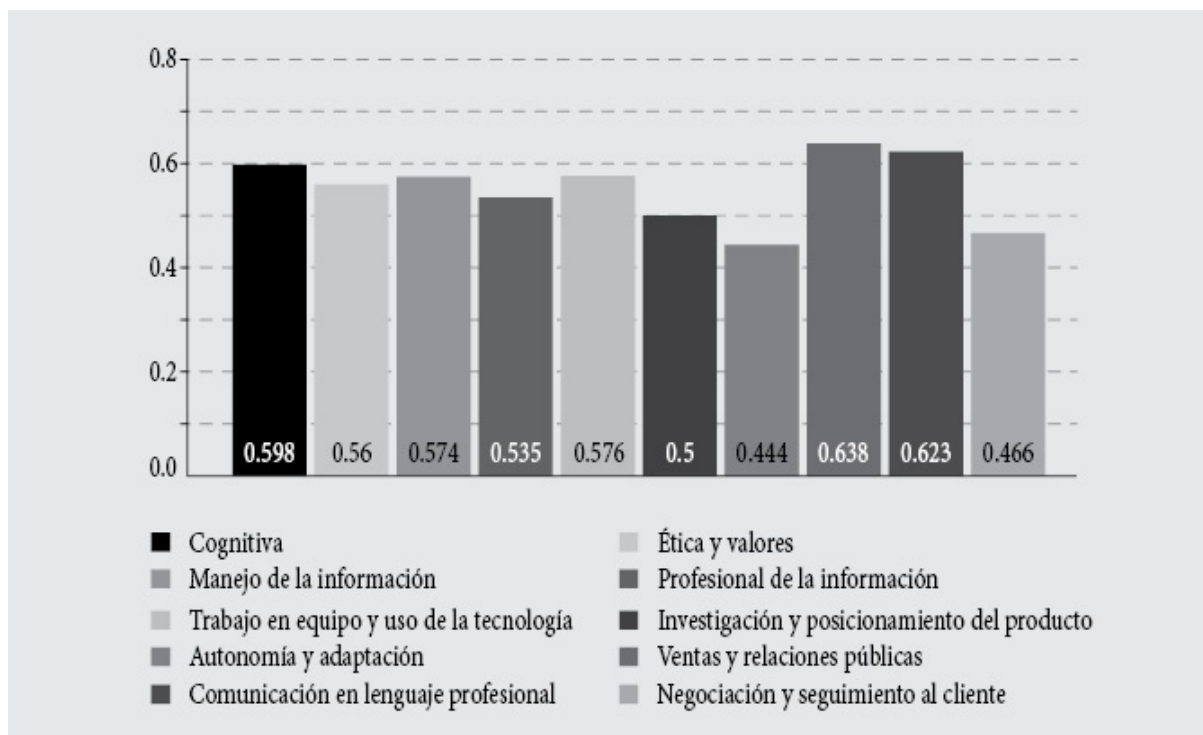


Gráfico 2. Competencias de los egresados

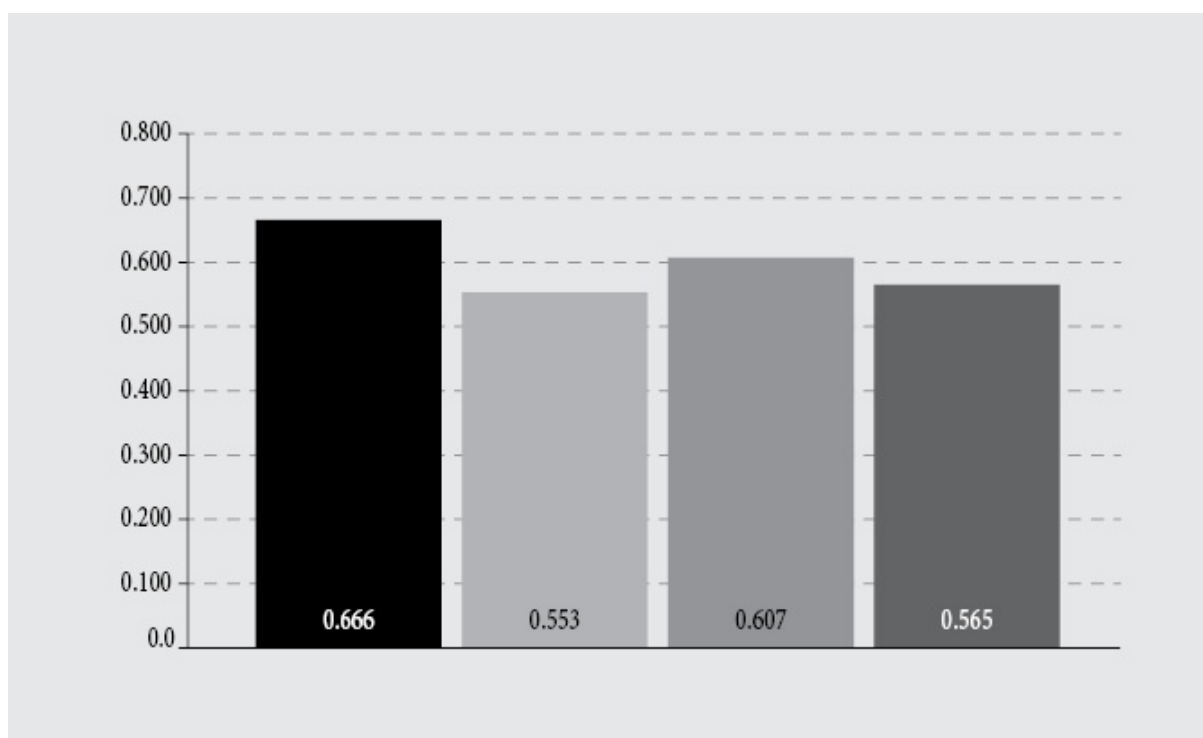


Gráfico 3. Competencia cognitiva

Una de las competencias que resulta del conjunto de habilidades, conocimientos y grados de conciencia, es la cognitiva, el aprender a aprender, que se integra por elementos como actuar de manera crítica-propositiva, capacidad de aprender, autoevaluar y actualizarse, capacidad para formular, gestionar y administrar proyectos, y capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes. De acuerdo con lo mencionado anteriormente, la variable más importante de esta competencia es la capacidad de aprender, autoevaluar y actualizarse, tal como se observa en el gráfico 3.

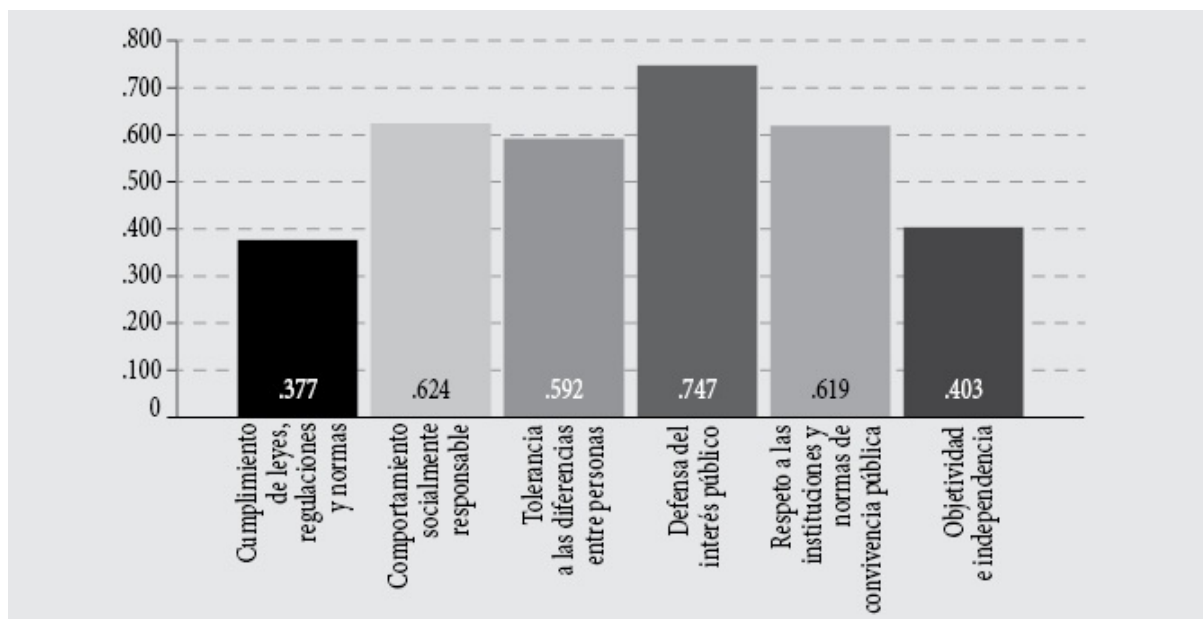


Gráfico 4. Ética y valores

Ética y valores es otra de las competencias que, como su nombre lo dice, integra el conjunto de valores y comportamientos que deberá tener un mercadólogo al insertarse en el campo laboral. Se compone por la objetividad e independencia respeto a las instituciones y normas de convivencia pública, defensa del interés público, tolerancia a las diferencias entre personas, comportamiento socialmente responsable y cumplimiento de leyes, regulaciones y normas; de las cuales la más significativa resultó ser la defensa del interés público, como se observa en el gráfico 4.

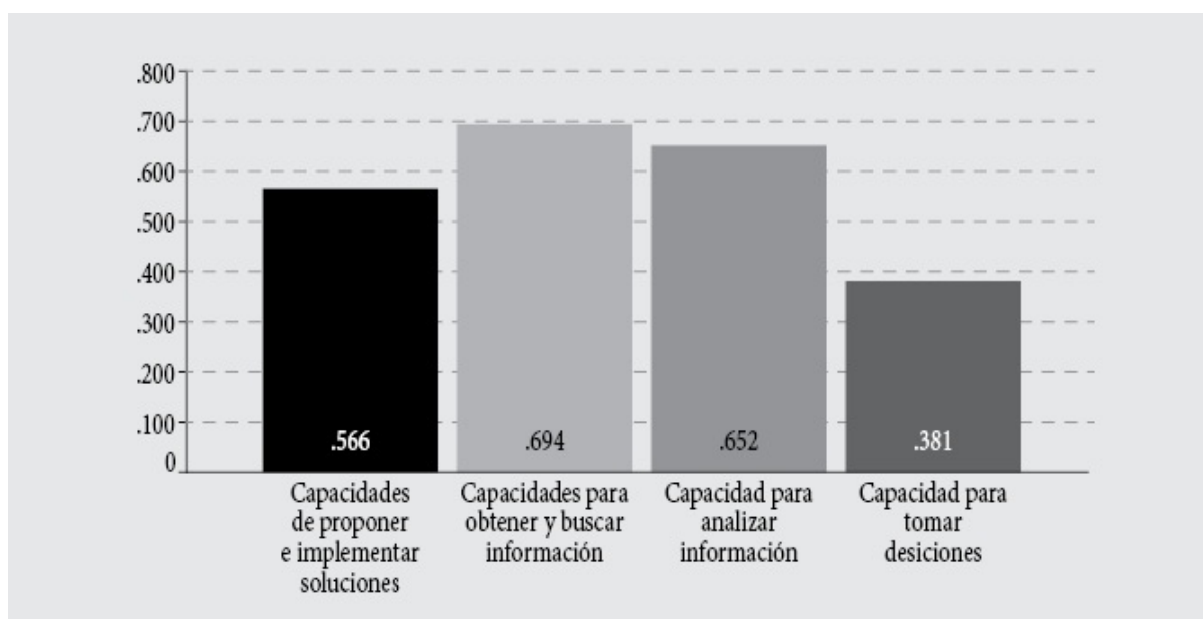


Gráfico 5. Manejo de la información

La tercera competencia que subyace es manejo de la información, la cual indica las habilidades y conocimientos que un egresado de la licenciatura en Mercadotecnia debe tener para la extracción, manipulación y presentación de la información, así como la toma de decisiones y solución de problemáticas en el ámbito laboral. Se forma por capacidad para tomar decisiones, capacidad para analizar información, capacidad para obtener y buscar información, y por capacidad de proponer e implementar soluciones. El elemento más notable de las mencionadas es la capacidad para obtener y buscar información, como se observa en el gráfico 5.

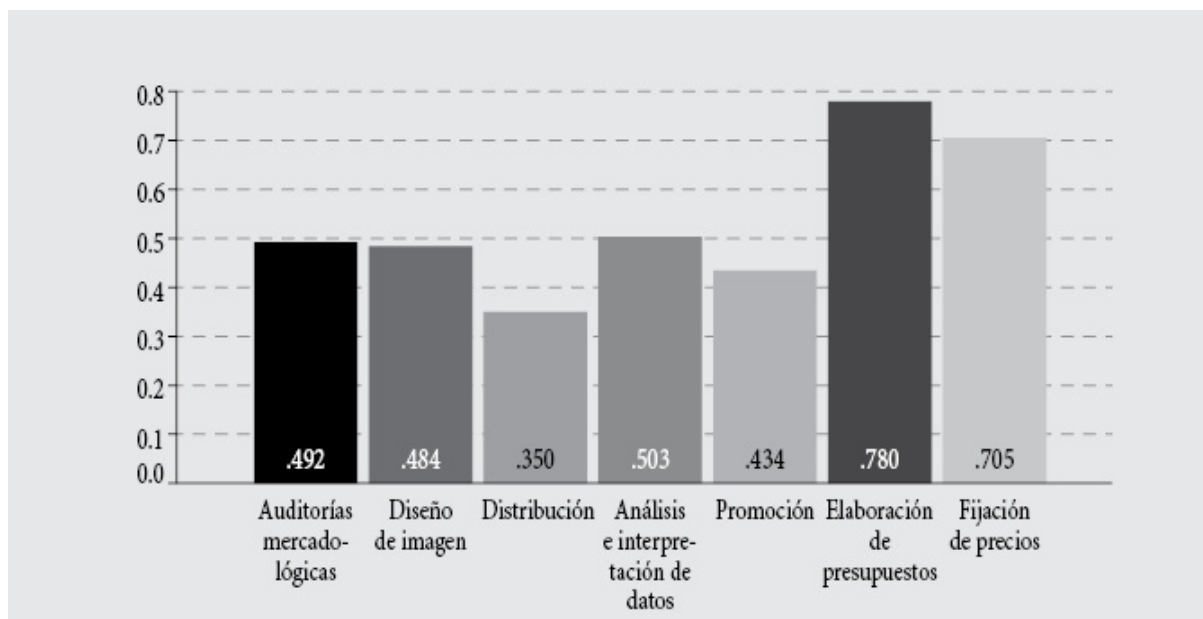


Gráfico 6. Profesional de la información

La competencia profesional de la información menciona algunos elementos importantes para el manejo de la misma información, así como el diseño, promoción y distribución de productos de una empresa. Está constituida por la fijación de precios, elaboración de presupuestos, promoción, análisis e interpretación de datos, distribución, diseño de imagen y auditorías mercadológicas. Con respecto a los resultados obtenidos, la más importante resultó ser la elaboración de presupuestos, como se muestra en el gráfico 6.

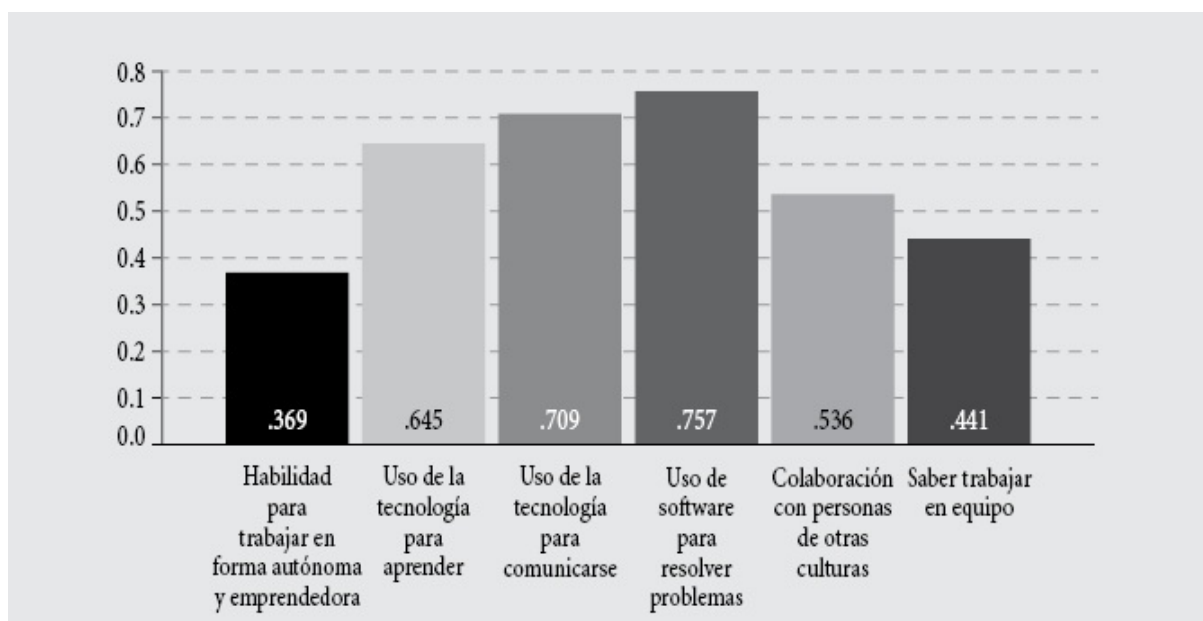


Gráfico 7. Trabajo en equipo y uso de la tecnología

La quinta competencia, formada de acuerdo con el análisis, se denomina trabajo en equipo y uso de la tecnología, y se refiere a las habilidades y conocimientos que se tienen en cuanto al uso de la nueva tecnología, ya sea para comunicarse o para la realización de actividades laborales, solución de problemas y adaptación al entorno organizacional. Esta competencia comprende el saber trabajar en equipo, colaboración con personas de otras culturas, uso de software para resolver problemas, uso de la tecnología para comunicarse, uso de la tecnología para aprender y habilidad para trabajar en forma autónoma y emprendedora. De las variables mencionadas, la más importante de acuerdo con los resultados arrojados por la encuesta, es el uso de software para resolver problemas, mostrada en el gráfico 7.

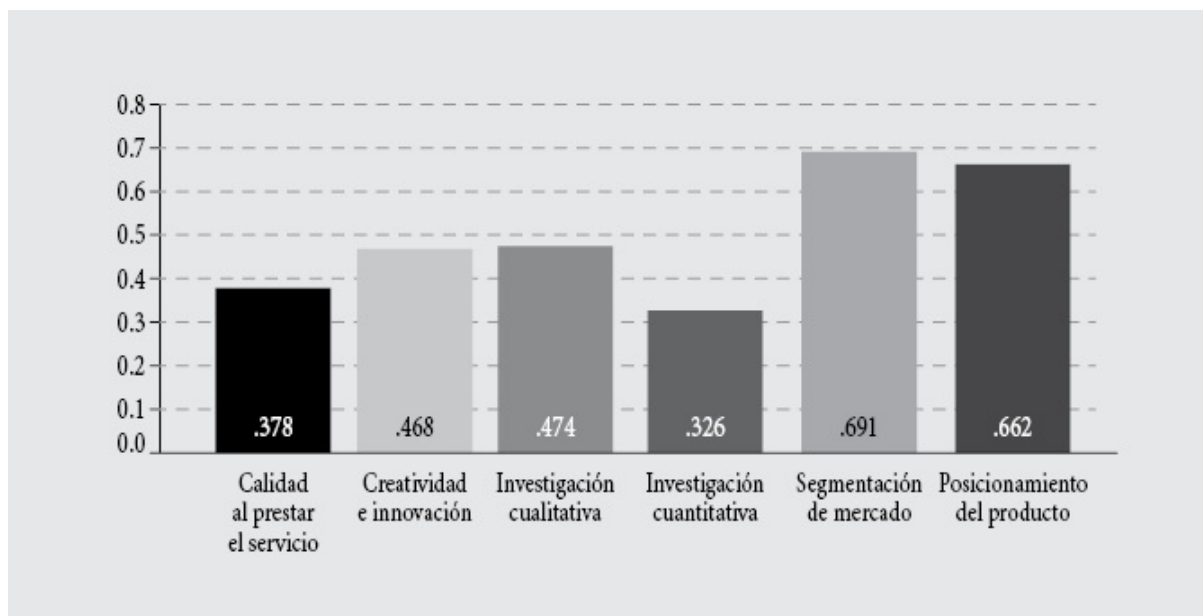


Gráfico 8. Investigación y posicionamiento del producto

Investigación y posicionamiento del producto es otra competencia que consiste en reunir los requisitos necesarios para que un producto se introduzca al mercado, de tal forma que cause un gran impacto y éxito. Esta competencia se integra de seis elementos: posicionamiento del producto, segmentación de mercado, investigación cuantitativa, investigación cualitativa, creatividad e innovación, y calidad al prestar el servicio. Con respecto a la opinión de los encuestados, la mayoría considera que la más importante es segmentación de mercado, como se observa en el gráfico 8.

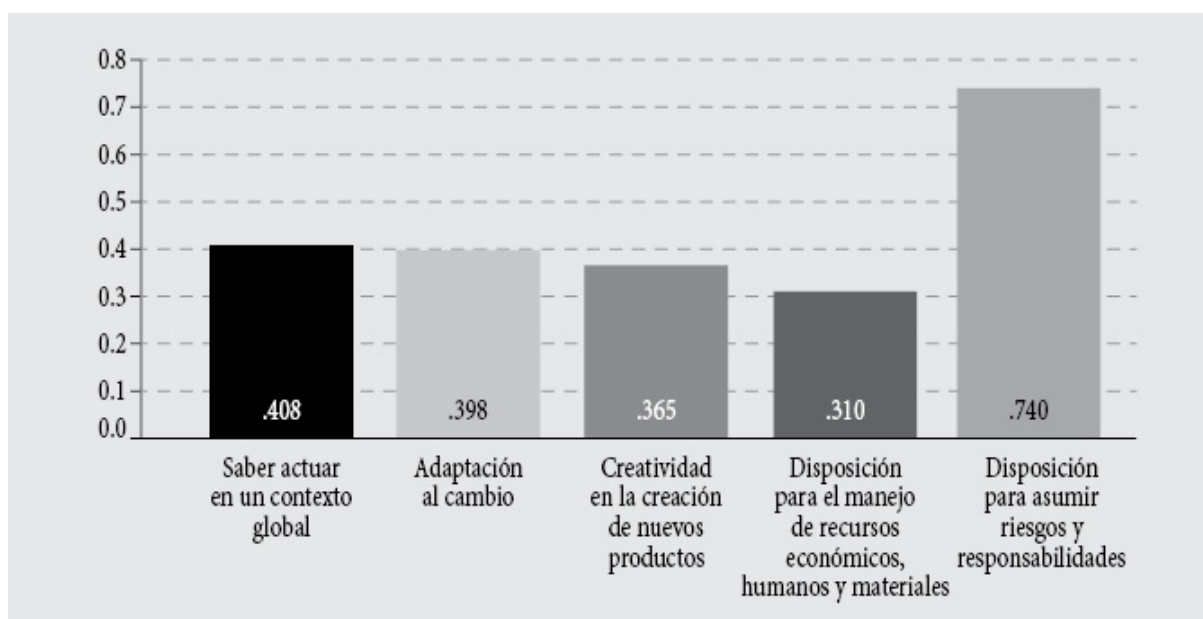


Gráfico 9. Autonomía y adaptación

La séptima competencia que se formó se denomina autonomía y adaptación, y hace referencia a los riesgos y cambios que enfrenta un profesionista cuando se introduce de lleno al ámbito laboral, así como algunas medidas que debe tomar para hacerlo de la mejor forma. Se compone de disposición para el manejo de recursos económicos, humanos y materiales, creatividad en la creación de nuevos productos, adaptación al cambio y saber actuar en un contexto global. Los resultados establecen que la más importante es su posición para el manejo de recursos económicos, humanos y materiales, como se observa en gráfico 9.

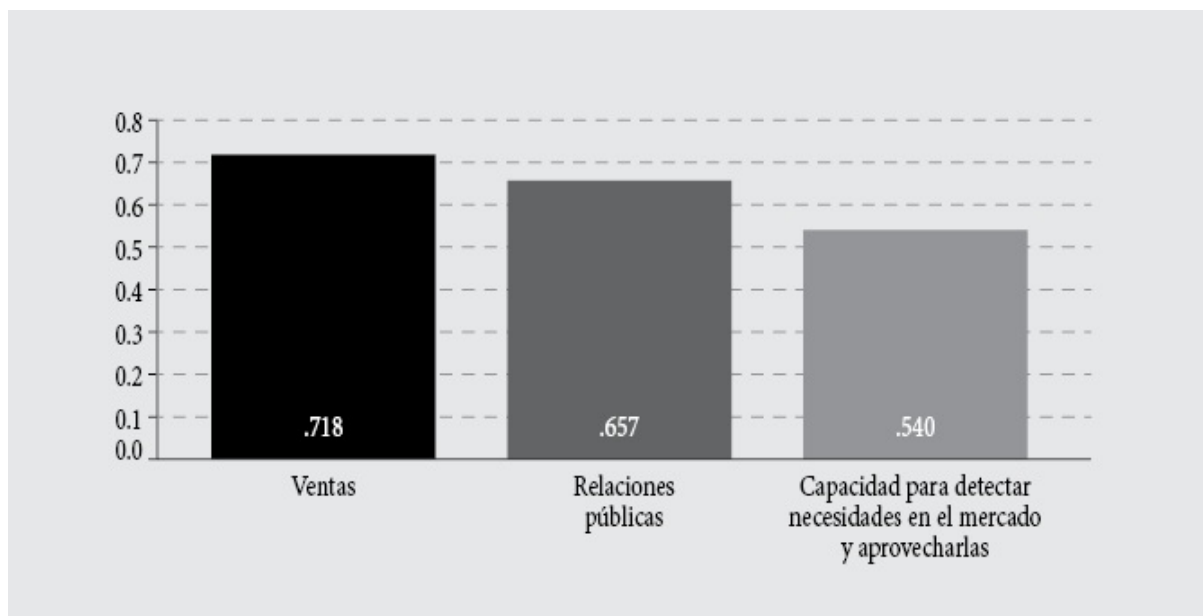


Gráfico 10. Ventas y relaciones públicas

La competencia denominada ventas y relaciones públicas se refiere, como su nombre lo dice, a la capacidad de un mercadólogo para llevar y manejar las ventas y relaciones públicas, así como detectar nuevas necesidades no cubiertas aún. Esta competencia se integra por tres elementos: capacidad para detectar necesidades en el mercado y aprovecharlas, relaciones públicas y ventas. La mayoría considera más significativa a las ventas, como se observa en el gráfico 10.

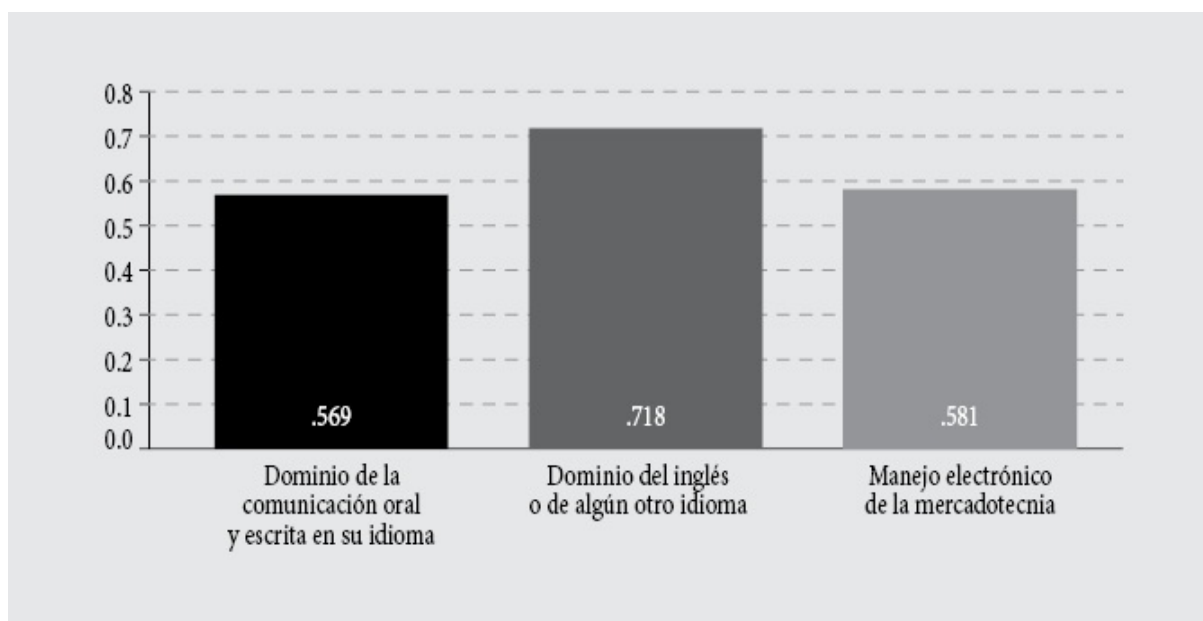


Gráfico 11. Comunicación en lenguaje profesional

La novena competencia que subyace del conjunto de habilidades, conocimientos y grados de conciencia, es comunicación en lenguaje profesional, misma que se refiere a saber comunicarse con los demás, tanto de forma oral, como escrita, y en el idioma nativo u otros. Está compuesta por tres variables: manejo electrónico de la mercadotecnia, dominio del inglés o algún otro idioma, y dominio de la comunicación oral y escrita en su idioma. La considerada más importante es el dominio de inglés o de algún otro idioma, como se observa el gráfico 11.

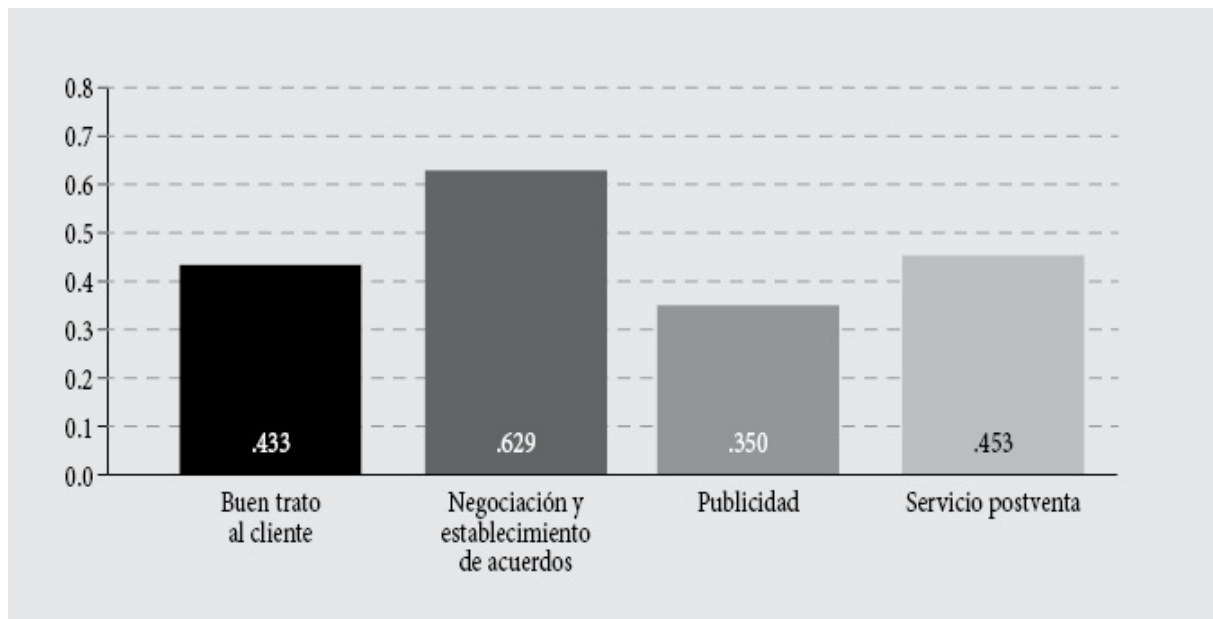


Gráfico 12. Negociación y seguimiento al cliente

La décima y última competencia que se formó fue negociación y seguimiento al cliente, que hace referencia a la negociación y actividades que un mercadólogo debe realizar antes, durante y al final de la venta o servicio. Dicha competencia está integrada por: servicio postventa, publicidad, negociación y establecimiento de acuerdos, y buen trato al cliente. La más importante para los involucrados en la investigación es negociación y seguimiento al cliente, como se observa en el gráfico 12.

Conclusiones

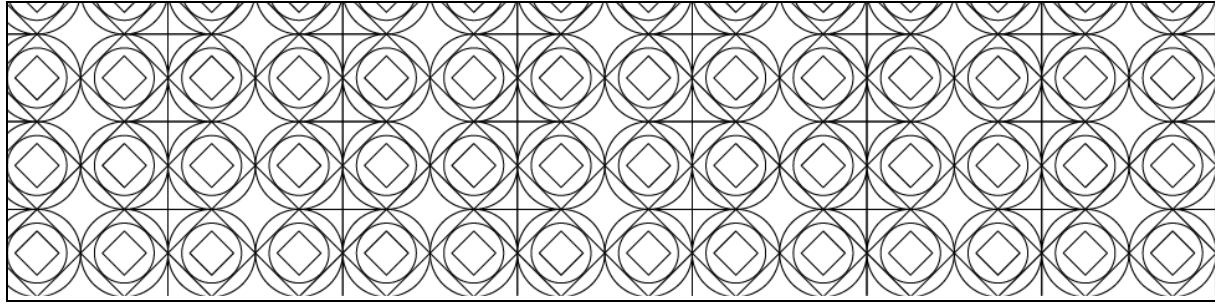
Como resultado de este análisis se formó un constructo (habilidades, conocimientos y grados de conciencia) denominado competencias, compuesto en primer término por la "cognitiva", de la cual la variable más relevante es capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes. Para la competencia en ética y valores, la mayoría estuvo de acuerdo en que la más importante es la defensa del interés público. Para la competencia manejo de la información, el elemento más significativo es capacidad para obtener y buscar información. Con respecto a la competencia profesional de la información, la mayoría de los encuestados opina que la elaboración de presupuestos es la variable más significativa. En el caso de la competencia de trabajo en equipo y uso de la tecnología, el aspecto más notable y considerado más importante es uso de software para resolver problemas. Para la competencia investigación y posicionamiento del producto, la variable más significativa de acuerdo con la mayoría de los participantes es "segmentación de mercado". En la competencia autonomía y adaptación, el elemento más importante para la mayoría es: disposición para el manejo de recursos económicos, humanos y materiales. La opinión para la competencia ventas y relaciones públicas se enfoca en que el subgrupo más relevante es ventas. En el caso de la competencia comunicación y lenguaje profesional, la variable más notable es dominio del inglés o de algún otro idioma. Con respecto a la competencia negociación y seguimiento al cliente, la mayoría opina que la variable más importante es negociación y establecimiento de acuerdos. Y de manera general los grupos de interés coinciden en señalar que las variables más importantes son ventas y relaciones públicas, además de comunicación en lenguaje profesional.

Lo anterior permite apoyar el rediseño curricular de la carrera, actualizarlo y generar la pertinencia del programan educativo. Favorece además el fortalecimiento del programa de tutorías y otras actividades que buscan el desarrollo integral de los estudiantes; contribuye en el planteamiento de la habilitación y capacitación docente, todo con el fin último de egresar mercadólogos capaces de dar respuesta a una sociedad dinámica y demandante.

Referencia bibliográfica

- BERENSON & LEVINE. (2000). Estadística para Administración. Pearson Educación.
- BERNAL, C. A. (2006). Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Pearson / Prentice Hall.
- BLANCO, T. (2010). Introducción a la investigación de mercados. ESIC editorial.
- CIPRÉS, M. S. (2005). Configuración del conocimiento como activo estratégico. Obtenido de Duque, G. A. & Macías Ramírez, V. (2005). Una mirada a las competencias. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 54, consultado en <http://www.redalyc.org/pdf/206/20605401.pdf>
- BUSCARONS, F. G. (2005). Análisis Inorgánico Cualitativo Sistemático. Reverte

- GARCÍA, M. C. (2008). La evaluación por competencias en la educación superior. Revista de curriculum y formación de Profesorado, vol. 12 núm. 3, consultado en http://www.ub.edu/cubac/sites/default/files/la_evaluacion_por_competencias_en_la_educacion_superior_0.pdf
- HAIR, J.; ANDERSON R.; TATHAM, R. Y BLACK W. (2008), Análisis Multivariante. 5ta edición, España, Pearson / Prentice Hall.
- HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BATISTA (2010). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill.
- IÑESTA, E. R. (2006). Competencias conductuales: Su pertinencia en la formación y práctica profesional del psicólogo. Red Mexicana de Psicología, vol. 23 núm. 1, consultado en <http://www.redalyc.org/pdf/2430/243020646003.pdf>
- KINNEAR, T, Y TAYLOR, J. (2007), Investigación de Mercados un enfoque aplicado. 5ta. Edición, México, Mc Graw Hill.
- MCDANIEL, R. G. (2005). Investigación de Mercados. CENAGE Learning
- MALHOTRA, N. (2008), Investigación de Mercados, 5ta. Edición, México, Pearson / Prentice Hall
- MARTORI, J. (2003), Análisis estadístico con SPSS para Windows Volumen II, 2da. Edición, México, Mc Graw Hill.
- NOGALES, A. F. (2004). INVESTIGACION Y TECNICAS DE MERCADO.
- PEDRET R, SAGNIER L. Y CAMP F. (2003), Herramientas para segmentar mercados y posicionar productos. España, Deusto.
- PERRENOUD: (2004). Diez nuevas competencias para enseñar. México: SEP.
- RODRÍGUEZ, A. I. (2008). Estadística para Administradores. Petria.
- RUIZ, M. R. (2006). Las competencias de los alumnos universitarios. Revista Interuniversitaria de Formación de Profesorado, vol. 20 núm. 3, consultado en <http://www.redalyc.org/pdf/274/27411311013.pdf>
- TEJEDA, H. E. (2008). Estadística para las ciencias sociales, del comportamiento y de la salud.
- UASLP. (S. F.). Consultado en: <http://www.uaslp.mx/English/Pages/default.aspx>.
- URIEL, E. Y ALDAS, J. (2005), Análisis multivariante aplicado. España: Thomson.
- VEDMA, C. D. (1995). SPSS/PC Guía para la investigación. Editorial Complutense.
- ZIKMUND, W. (2009). Investigación de mercados.



La RSE, y la relación con la imagen corporativa en las empresas multinacionales extranjeras del sur de Sonora

LUIS ENRIQUE VALDEZ JUÁREZ

DANIA ELISA FÉLIX GARCÍA

ELVA ALICIA RAMOS ESCOBAR

Resumen

La presente investigación tiene como finalidad analizar las acciones sociales relacionadas a la responsabilidad social empresarial (RSE) de las empresas multinacionales extranjeras establecidas en el sur del estado de Sonora y su relación con la imagen corporativa. Los sujetos involucrados en la investigación son los altos mandos de 77 empresas del sector comercio, servicio e industria. Las variables que se utilizaron como medidas para el desarrollo de la investigación fueron las siguientes: primeramente, para la responsabilidad social se tomó de referencia a las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2011) y, para medir la imagen corporativa, se tomó como referencia a Pina (2006). Ambas son la base para estructurar el cuestionario utilizado en la recolección de la información. Dicho instrumento está dividido en: 1) datos generales, 2) responsabilidad social empresarial, 3) imagen corporativa. Para comprobar las hipótesis de la investigación se utilizó el modelo estadístico de regresión lineal simple, en donde las prácticas de RSE con un valor de ($\beta=0.501$, $p < 0.001$) positivo y significativo sobre la imagen corporativa. Además, la antigüedad de la empresa como una variable de control influye indirectamente en la imagen corporativa, esto se comprueba con un valor de ($\beta=0.161$, $p < 0.001$) positivo y significativo. Finalmente, se concluye que entre mayores prácticas de responsabilidad social empresarial, la empresa refleja una mayor imagen. Esto está directamente ligado con los años que la empresa lleva funcionando.

Introducción

Antecedentes

Es trascendental mencionar que la responsabilidad social empresarial (RSE) consiste en aquellas prácticas donde lo que se busca es el bienestar de la sociedad. A través de diversas funciones estratégicas se pretenden beneficiar a los grupos que rodean a la organización, los cuales se denominarán stakeholders. Estos son denominados como "cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por los logros de los objetivos de la empresa. Aunque, por otra parte, también son considerados como "aquellos hacia los que la empresa tiene una obligación moral" (Friedman, 1970). Cronológicamente, la responsabilidad social corporativa extiende sus raíces hasta la política social promovida en el siglo XX, tanto en el socialismo democrático como en el intervencionismo estatal de la economía keynesiana desarrollada en 1930 y la economía social de mercado, en 1945 (Sierra, 2012). El libro verde, en su tema central sobre "El Análisis Económico de los Derechos Humanos", hace mención de "crear la posibilidad de que un capitalismo reformado realice los Derechos Humanos Económicos y Sociales sin sacrificar los Civiles y Políticos, así como la oposición al socialismo de Estado y su abierto rechazo de la propiedad privada y las libertades individuales" (Auping, 2004). En los años 80, la sociedad empieza a dejar de pensar en el Estado como único administrador del gasto social y responsable de la contención de desigualdades e inicia con la defensa centrada en la idea de que la contribución al bienestar y la calidad debe ser también la meta de todas las instituciones, sean públicas o privadas, lucrativas o no lucrativas. En la segunda mitad de los años noventa, cuando se reactiva ante la privatización de actividades clásicamente ligadas al sector público o a la aparición de factores como la globalización de los mercados, el establecimiento de la economía, de la información o la confluencia de las tecnologías de la comunicación a nivel global y el poder (Fernández, 2009). La responsabilidad social empresarial se entiende en primera instancia como una visión empresarial que integra los valores éticos, a los sujetos, a la comunidad y al medio ambiente para la sociedad en donde se instala la función empresarial. En la actualidad, las empresas la han incorporado para poder satisfacer las exigencias de la globalización y de esta

manera estar generar ventajas competitivas, agregando valor a la gestión empresarial y al entorno (Fernández, 2009).

En el caso particular de México, la responsabilidad social empresarial inició como una iniciativa y/o actividad filantrópica que poco a poco ha ido evolucionando y ganando terreno dentro de las organizaciones. En México, los aspectos como la ética empresarial, calidad de vida al interior de las empresas, vinculación y compromiso con la sociedad y el desarrollo, cuidado y preservación del medio ambiente, se han tornado indispensables en el quehacer empresarial (Rodríguez, 2009). El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI, 2013) es una asociación civil que otorga reconocimientos y distintivos a empresas socialmente responsables y cuya misión es alcanzar una sociedad equitativa y solidaria. En el año 2013 fueron 774 empresas las que fueron acreedoras al distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) porque cumplieron con los estándares requeridos en los distintos ámbitos establecidos como son: calidad de vida en la empresa, ética empresarial, vinculación de la empresa con la comunidad, y cuidado y preservación del medio ambiente. Según datos del CEMEFI (2013), en el estado de Sonora, en el mes de junio del año 2013 se llevó a cabo el reconocimiento de 40 empresas sonorenses que fueron ganadoras del distintivo empresa socialmente responsable (ESR), donde participaron más de 150 empresarios del estado.

Planteamiento del problema

En épocas recientes las grandes empresas multinacionales han aumentado su capacidad económica, pero al mismo tiempo han adquirido un mayor protagonismo social y político, a través de la adopción de la RSE (Martínez, 2007). En la actualidad, a las responsabilidades productivas de las empresas se agregan una serie de demandas vinculadas con los daños y consecuencias que sus actividades generan y también la presión social es la que genera que los empresarios creen comportamientos éticos y responsables (Martínez, 2009). Por otro lado, como señala Serna (2009), el crecimiento a niveles insospechados de las corporaciones, que ahora se cuentan entre las economías más grandes del mundo, desplazando a las economías del país, ha puesto en alerta a amplios grupos de la sociedad y de las comunidades en general, acerca de la necesidad de exigir actuaciones transparentes y socialmente responsables por parte de las empresas. Algunos investigadores reconocen que las empresas no implementan prácticas de responsabilidad social debido a diversos factores como: 1) El costo, el cual es un gran inconveniente para la aplicación de un programa de RSE. Esfuerzos como el patrocinio de eventos, donaciones de caridad, donaciones de productos y el compromiso voluntario con las normas ambientales requieren de un desembolso financiero (dinero) en donde en ocasiones una compañía es poco probable que recupere en el corto plazo; 2) La justicia es otro de los factores por el que las empresas no son socialmente responsable, debido a que las actividades filantrópicas como donaciones pueden dar a cualquier lugar a donde el consejo decida y por lo general es donde está más visible para el público, en lugar de donarlos a quienes verdaderamente lo necesitan (Hartman, Wilson & Arnold 2005). Además, la mayoría de las empresas confunden la implementación de la RSE con donaciones, siendo que va más allá de esto, es desarrollar los valores y la ética que se practica en la organización.

Para que las empresas sean socialmente responsables, hay una serie de requisitos que las organizaciones deben de cumplir, como los que emite la OCDE en las perspectivas del empleo (2008), los cuales señalan que las posibilidades de imponer obligaciones directas en el marco del derecho internacional a las empresas multinacionales para que sean legalmente responsables de sus actividades en el extranjero. Parecen escasas de momento, la mayoría de los gobiernos siguen recurriendo a las iniciativas de responsabilidad social empresarial para abordar estas cuestiones. El principal problema de las empresas multinacionales es la dificultad de revelar de una forma creíble a los clientes la calidad de buenas prácticas de trabajo en el proceso de producción. Las empresas pueden resolver este problema creándose una reputación. Esto explica, en parte, por qué las empresas multinacionales que tienen marcas muy visibles han tendido que ser más activas en el frente de la Responsabilidad social empresarial.

Es por ello que se hace el siguiente planteamiento: ¿Las empresas multinacionales extranjeras realizan acciones de RSE, para beneficio de una comunidad o bien, la finalidad es proyectar una mejor imagen ante la sociedad? Por tal interrogante se define la siguiente hipótesis:

H1: a mayor práctica de responsabilidad social empresarial (acciones sociales), existe una mayor imagen corporativa.

Objetivo

Analizar las acciones (RSE) de las empresas multinacionales extranjeras establecidas en el sur del estado de Sonora y su relación con la imagen corporativa.

Justificación

Indudablemente, en los últimos tiempos el concepto de responsabilidad social empresarial ha tomado una importante relevancia para las organizaciones y esto se ha debido en gran medida a la exigencia de los clientes. Por consecuencia, ha estado penetrando y siendo implementando exitosamente en algunas empresas de gran tamaño, generando con ello ventajas competitivas y mejoras, por ende generando beneficios a la sociedad. La responsabilidad social empresarial genera grandes beneficios tanto en lo económico, social y ambiental, además de favorecer la productividad, la eficiencia. Todo esto ayuda a generar confianza en la

empresa, ya que el hecho de estar realizando buenas prácticas se reflejará en el personal con la disminución de rotación. También con los clientes, ya que obtendrán más satisfacción debido a que la empresa está realizando actividades para generar valor en diversos ámbitos que ayudarán a mejorar la calidad de vida de su personal y de la misma sociedad, y que además de estar aportando a su entorno cumplirán eficazmente los objetivos propuestos en la organización. El máximo beneficio de la responsabilidad social empresarial es en el plano individual, por los profundos valores éticos que asume y pone en práctica al servicio de la empresa y sus grupos de interés, a los cuales les genera valor económico y social con una adecuada estrategia corporativa (Sierra, 2012).

Las directrices de la OCDE (2011), que emite para las empresas multinacionales con relación al empleo y relaciones laborales, contemplan los instrumentos en relación con los derechos fundamentales del trabajo promovidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2005), además de la Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social (Declaración de la OIT sobre multinacionales). Las empresas no deberán violar el marco legal de carácter laboral que les sea de aplicación en cada ámbito geográfico, si bien en todo caso deberán actuar para tratar de asegurar el respeto de determinados aspectos, como son el derecho de asociación, representación y negociación, la eliminación del trabajo infantil y del trabajo forzado, la no discriminación (de cualquier tipo), salarios suficientes para satisfacer las necesidades esenciales de los trabajadores y sus familias, salud y seguridad en el trabajo, empleo de personal local cuando sea posible, etcétera.

Implementar la responsabilidad social empresarial trae grandes ventajas en distintos ámbitos, tanto en lo social como en lo cultural se comenta que las personas ven a la empresa de una manera distinta cuando se adopta la responsabilidad social, convirtiéndose en una organización comprometida y de confianza, mejorando su imagen y con esto, atraer más al consumidor (Fajardo, 2008). Finalmente, se concluye que la RSE mejora la motivación del capital humano, que ven en su labor una fuerza interna que permite su realización por colaborar con una organización que contribuye al bienestar social. Además, la conciliación entre vida laboral y familiar, el respeto en las relaciones, la equidad y los salarios justos contribuyen al mejor desempeño (Fajardo, 2008).

Marco de referencia

Los antecedentes históricos de la responsabilidad social según Navarro (2008), se remontan a varios siglos pasados, casi a los propios orígenes de las organizaciones que conjugaron capital y trabajo para generar riquezas y beneficio, aunque a lo largo de los siglos los abusos sobre los derechos humanos, los trabajadores y el medio ambiente hayan sido notorios. Diversos autores sitúan el origen de la RSE en los años cincuenta, ligado al rápido incremento del tamaño y poder de las empresas americanas, y al papel protagonista que éstas comenzaron a desempeñar en una sociedad que afrontaba problemas sociales urgentes como la pobreza, el paro, las relaciones entre razas, la degradación humana y la contaminación. En el año de 1976 se registró un acontecimiento importante que favoreció el nacimiento de la RSE, en ese año la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE) lanza las guías para las empresas multinacionales, las cuales buscan asegurar que las operaciones de las empresas estén en armonía con las políticas de los gobiernos, fortalecer la base mutua entre el sector privado y las sociedades donde operan, así como mejorar la contribución de las multinacionales al desarrollo sostenible. En los años cincuenta, en EE.UU, da inicio el desarrollo del pensamiento sobre la RSE, pasándose de un principio de caridad, acciones filantrópicas lideradas por empresarios sensibles, a un principio de administración en el que las acciones sociales son integradas en la estrategia de empresa al considerarse que esta era responsable de la administración de recursos públicos que afectaban a distintos miembros de la sociedad (Saavedra, 2010).

Responsabilidad social empresarial

En estos tiempos en donde prevalece la fuerza por ser el más competitivo, es importante considerar las prácticas de responsabilidad social empresarial, esto debido a la fuerza que están tomando, cada vez más empresas las van adaptando a sus estrategias empresariales. En El libro verde (2001), la RSE es definida como la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. La responsabilidad social empresarial consiste en la integración de estas prácticas a la corporación que, como parte de la estrategia corporativa, en complementariedad y apoyo de las más importantes actividades empresariales, busca evitar daño y promover el bienestar de stakeholders mediante el cumplimiento de reglas, regulaciones y voluntariamente ir más allá de ellas (Vives, 2004). La RSE puede considerarse como un fenómeno que desde hace algunos años viene llamando la atención de las propias empresas, especialmente de las grandes corporaciones; de la sociedad civil, preocupada por el impacto social y medio ambiental de sus actividades; de las instituciones políticas, como es el caso de la propia Comisión Europea o de organismos multilaterales como Naciones Unidas (Saavedra, 2010). En estos tiempos, las empresas cada vez son juzgadas por las acciones que realizan, como el manejo de sus procesos productivos, el trato a su personal, el cuidado del medio ambiente, entre otras acciones que beneficien o no a la sociedad, es por ello que el término de responsabilidad social empresarial ha generado tanta importancia en los últimos años (OCDE, 2011). Asimismo, Velasco (2004) asegura que la responsabilidad empresarial en el aspecto social se puede llevar a cabo ofreciendo un trato digno a sus empleados, evitando el trabajo infantil, el acoso laboral, las discriminaciones, los abusos de posiciones de dominio, entre otras. Dentro del ámbito social, en materia de recursos humanos y relaciones laborales, la

responsabilidad social en los países de la Unión Europea y en los desarrollados en general, exige un esfuerzo empresarial específicamente en cuatro áreas sociales: código de ética, derechos humanos, derechos laborales, y la salud (Libro Verde, 2001; OCDE, 2011).

Imagen corporativa

Las condiciones competitivas que existen en la actualidad en el mercado, la homogeneización de productos, la aceleración del consumo y los repentinos cambios en las expectativas de los públicos, son un desafío importante para las empresas. En este contexto, las organizaciones tienen dificultades para diferenciarse y lograr que los públicos la identifiquen por sobre el resto. Por esta razón, la imagen corporativa resulta un activo intangible que posibilita representar de manera articulada y coherente todas las ventajas competitivas de la empresa (Scheinsohn, 1998). Se ha hecho mención en varios textos que la imagen corporativa se genera con base en la percepción que tienen los diferentes públicos sobre la empresa, por eso la conducta que ésta posee es importante. Por ello, la empresa puede actuar de modo completamente legal, correctamente en lo técnico y con buenos rendimientos financieros y sin embargo ser enjuiciada por ciertos segmentos del público como fría, avariciosa e irrespetuosa para con algunos valores sociales muy apreciados (Wilcox, et al., 2001). Por otro lado, Nguyen y Leblanc (2001) puntualizan que los factores que forman la imagen corporativa pueden provenir de la percepción que el cliente tiene de la corporación y su comportamiento, incluyendo la razón social, las tradiciones, visiones operativas y la diversidad de productos de servicio. Estos son los resultados de las influencias interactivas de todas las experiencias, sentimientos, ideas y conocimiento de los clientes. Existe un gran número de constructos que miden a la imagen corporativa y que proporcionan datos relevantes para este tipo de estudios, en nuestro caso se han utilizado ocho dimensiones para medir la imagen de la empresa, que son el respeto, la profesionalidad, el éxito, el establecimiento adecuado, la estabilidad, la honradez, la fiabilidad, y la preocupación por los clientes (Pina, 2006).

Metodología

El presente capítulo describe la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación de tipo cuantitativa descriptiva. Para el desarrollo de este estudio se consideraron como sujetos de estudio a las empresas multinacionales extranjeras ubicadas en el sur del estado de Sonora, específicamente en los municipios de Guaymas y Obregón. Dado que en la región no se cuenta con bases de datos que contengan información acerca de este tipo de empresas, se decidió utilizar el muestreo por juicio como lo señala Fisher & Navarro (1996), el cual consta de elegir la muestra a juicio. Como su propio nombre indica, ésta es muy subjetiva. Con base en lo anteriormente mencionado, se realizó este tipo de muestreo ya que debido a cuestiones de disponibilidad y tiempo de los empresarios, se logró obtener información de 77 empresas del sector servicio, comercio e industria, de las cuales el 56% pertenecen a la ciudad de Guaymas y el 44% restante a la ciudad de Obregón. Asimismo, los datos arrojan un nivel de confiabilidad del 99% y un error del $\pm 1\%$. Por lo tanto, la encuesta fue diseñada para que ser contestada por los gerentes de las empresas multinacionales extranjeras, y fue aplicada a través de una entrevista personal a las empresas seleccionadas, en un período comprendido entre los meses de julio a noviembre de 2013.

Tabla 1. Diseño de la investigación	
Características	Investigación
Población	Sin dato exacto. (No existen bases de datos con esa información).
Área Geográfica	Sur del Estado de Sonora (México)
Muestra	Empresas Multinacionales Extranjeras
Método de Recolección de la Información	Entrevistas Personales a los Gerentes
Método de Muestreo	Muestreo Simple (Muestro por juicio)
Tamaño de la muestra	77 empresas multinacionales extranjeras
Error del Muestreo	+/- 1% error, nivel de confiabilidad del 99% ($p=q=0.5$)
Trabajo de Campo	Julio a Noviembre de 2013
Fuente: Elaboración propia.	

Desarrollo de medidas

Para determinar los elementos que miden las variables contempladas en el presente estudio de investigación, primeramente la responsabilidad social empresarial en la parte social, de acuerdo con las directrices de la OCDE (2011), se mide a través de cuatro dimensiones: 1) derechos humanos, 2) empleo y relaciones laborales, 3) medio ambiente, 4) intereses de los consumidores medidos en una escala tipo Likert de 5 puntos con 15 ítems. Por otro lado, se encuentra la imagen corporativa, la cual, según Pina (2006), considera las siguientes dimensiones: 1) respeto, 2) profesionalidad, 3) éxito, 4) establecimiento adecuado, 5) estabilidad, 6) honradez, 7) fiabilidad y 8) preocupación por los clientes. Ésta de igual manera se midió con base en la escala de Likert de 5 puntos, la cual contiene 4 ítems. Los ítems que conforman las dimensiones del instrumento aplicado

fueron medidos en una escala de Likert de 5 puntos con 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo.

Fiabilidad y validez

En lo que respecta a la evaluación de la fiabilidad y validez del instrumento utilizado en este estudio, se realizó un análisis factorial confirmatorio (AFC) a través del método de máxima verosimilitud y utilizando el software EQS (Bentler, 2005; Byrne, 2006). Así como también la fiabilidad de las escalas de medida se evaluó utilizando el alfa de Cronbach y el índice de fiabilidad compuesta (IFC) (Bagozzi & Yi, 1988). Por otro lado, es importante señalar que se utilizaron otros métodos de estimación cuando se asume que la normalidad está presente, por lo cual se incorporaron las recomendaciones de Chou, Bentler y Satorra (1991) y las de Hu, Bentler y Kano (1992) para la corrección de los estadísticos del modelo de estimación utilizado. Por consiguiente, se utilizaron los resultados estadísticos robustos, los cuales proporcionan una mejor evidencia y efectividad de los índices de ajustes (Satorra & Bentler, 1988). En este sentido, de acuerdo con los resultados obtenidos en la presente investigación a través de la aplicación del análisis de AFC que se muestran en la tabla 2, sugieren que el modelo de medición final proporciona un ajuste aceptable de los datos estadísticos ($S-B\chi^2 = 416.10$; $df = 249$; $p = 0.01$; $NFI = 0.896$; $NNFI = 0.950$; $CFI = 0.955$; y $RMSEA = 0.094$). Asimismo, queda de manifiesto que la evidencia para demostrar la validez convergente del modelo teórico en donde los resultados del AFC indican que todos los ítems de los factores relacionados son significativos ($p < 0.001$), así como también resaltar que el tamaño de todas las cargas factoriales estandarizadas son superiores al valor de 0.60 como lo menciona Bagozzi y Yi (1988), y, finalmente, el índice de la varianza extraída (IVE) de la relación entre los factores está por encima del 0.50 como lo sugiere Fornell y Larcker (1981).

Tabla 2. Consistencia interna y validez convergente del modelo teórico						
VARIABLE	INDICADOR	CARGA FACTORIAL	VALOR DE T	ALFA DE	IFC	IVE
		ESTANDARIZADA	ROBUSTO	CRONBACH		
	RS1	0.666	1000a			
	RS4	0.770	7.702 ***			
	RS5	0.649	6.671 ***			
	RS6	0.677	4.572 ***			
	RS7	0.634	4.488 ***			
RSE (Social)	RS8	0.725	7.711 ***	0.911	0.916	0.832
	RS9	0.702	7.929 ***			
	RS10	0.615	7.815 ***			
	RS11	0.689	7.555 ***			
	RS12	0.687	6.428 ***			
	RS13	0.695	7.860 ***			
	RS14	0.632	5.962 ***			
	RS15	0.620	7.739 ***			
Imagen corporativa	IM1	0.763	1000a			
	IM3	0.810	9.933 ***			
	IM4	0.796	9.704 ***	0.914	0.908	0.854
	IM5	0.782	8.512 ***			
	IM6	0.788	8.68 ***			
	IM7	0.681	5.532 ***			
Fuente: Elaboración propia. N = 77 ***p < .01; **p < .05; *p < .10; $\chi^2 (p) = 416.10$, $gl = 249$; $NFI = 0.896$; $NNFI = 0.950$; $CFI = 0.955$; $RMSEA = 0.094$						

Tabla 3. Validez de contenido	
Validez de contenido	
NFI	0.896
NNFI	0.950
CFI	0.955
RMSEA	0.094
Fuente: Elaboración propia.	

Continuando con el análisis con respecto a la validez discriminante, en la tabla 3 se puede observar la medición a través de dos test distintos. Primeramente se observa que por debajo de la diagonal se presenta el test del intervalo de confianza (Anderson & Gerbing, 1988), el cual indica que con un intervalo de confiabilidad del 95%, ninguno de los dos elementos individuales de los factores latentes de la matriz de correlación contiene el valor de 1.0. Por otro lado, por encima de la diagonal se observa el test de la varianza

extraída (Fornell & Larcker, 1981), el cual puntualiza que el *IVE* entre el par de constructos está por encima de la varianza extraída elevada al cuadrado. En este sentido, fundamentado en los resultados obtenidos se puede consumir que las distintas mediciones realizadas al modelo teórico explican la suficiente evidencia de fiabilidad y validez convergente y discriminante.

Tabla 4. Validez discriminante				
Covarianza	Error estándar	Intervalo de confianza		Factores
		+	-	
0.444	0.092	0.536	0.352	F2-F1
0.709	0.067	0.776	0.642	F3-F1
0.583	0.082	0.665	0.501	F4-F1

Fuente: Elaboración propia.

El intervalo de confianza no debe estar cercano o igual a "1" en ninguno de sus rangos inferiores o superiores. En este estudio los intervalos están alejados al "1", por lo que se acepta la validez discriminante.

Tabla 5. Test de variable extraída		
Variable	Covarianza al cuadrado	IVE
F2-F1	0.197	0.832
F3-F1	0.503	0.854
F4-F1	0.340	0.884

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la comparación el resultado de la varianza extraída con el valor de *IVE* de cada factor el *IVE*, es inferior al *IVE*. Por lo tanto se concluye que existe validez discriminante.

Tabla 6. Instrumento de medida, validez discriminante e intervalos de valor			
	Rse	Imagen corporativa	Reputación
RSE	0.832	(.536; .352)	(.776; .642)
Imagen	0.197	0.854	(.665; .501)
Reputación	0.503	0.340	0.884

Fuente: Elaboración propia.

Debajo de la diagonal, se muestra: correlación estimada entre los factores. Diagonal en negritas muestra: varianza extraída en promedio (*IVE*). Arriba de la diagonal, en cursivas, se muestran los intervalos de confianza de la estimación de correlaciones. La diagonal representa el índice de varianza extraída (*IVE*), mientras que por encima de la diagonal se muestra la parte de la varianza (la correlación al cuadro). Por debajo de la diagonal, se presenta la estimación de la correlación de los factores con un intervalo de confianza del 95%.

Resultados y discusión

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos y la comprobación de la hipótesis planteada en esta investigación a través del modelo estadístico de regresión lineal, el cual es un método matemático que modela la relación entre una variable dependiente y las variables independientes. Para validar las hipótesis y verificar la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial (social) con la imagen corporativa, la edad del gerente y la antigüedad de la organización, se utilizó el modelo de regresión lineal, método introducido por Galton (1886) y confirmado por Pearson (1903). Dichos análisis fueron tratados por medio del software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Asimismo, se determinan los indicadores MCO a través del siguiente modelo:

.. Imagen Corporativa $\hat{y} = b_0 + b_1$ Responsabilidad Social Empresarial; $+ b_2$ Edad $+ b_3$ Antigüedad $+ e$.

Analizando lo anterior, la imagen corporativa y sus dimensiones, están correlacionadas directamente con las variables de la responsabilidad social empresarial, la edad y la antigüedad de la empresa; por una parte la imagen corporativa involucra el respeto, profesionalidad, éxito, establecimiento adecuado, estabilidad, honradez, fiabilidad y preocupación por los clientes.

Tabla 7. Modelo de hipótesis		
Hipótesis	Relación	
H1: A mayor práctica social de RSE, mayor IMAGEN CORPORATIVA.	Práctica social RSE	Imagen corporativa
	Edad del gerente	Imagen corporativa

	Antigüedad de la empresa	Imagen corporativa
Fuente: Elaboración propia.		

Tabla 8. Relación entre la práctica social de la rse y la imagen corporativa	
VARIABLES	Imagen corporativa
Práctica social de RSE	.501 *** (4,667)
Edad del Gerente	-.089 (-.810)
Antigüedad de la Empresa	.161*** (1.660)
VIF más alto Valor F R2 Ajustado	1,340 13,396*** 0.331
Debajo de cada coeficiente	Estandarizado, entre paréntesis se muestra el valor estadístico de t-student.
Fuente: Elaboración propia.	

En la tabla 8 se puede observar el resultado que arroja utilizar el modelo de regresión lineal. Las prácticas de RSE arrojan el dato estadístico con un valor de ($\beta=0.501$, $p < 0.001$), mostrando una relación positiva y significativa con la imagen corporativa, enunciando que está totalmente ligada con las buenas prácticas de RSE. Asimismo, la antigüedad de la empresa ($\beta=0.161$, $p < 0.001$), de igual manera, tiene un nivel de significancia positivo por lo que esta variable influye también en lo que corresponde a la imagen corporativa; aunque por otro lado se aprecia que la edad del gerente con un valor de ($\beta=-0.810$), lo que indica que no tiene influencia y/o relación con la imagen corporativa.

Conclusiones y recomendaciones

La responsabilidad social empresarial (RSE), es una herramienta de suma importancia que todas las empresas deberían practicar, en estos tiempos en donde la única constante es el cambio y la innovación y sobre todo con una sociedad cada vez más exigente, se requiere de un compromiso por parte de las organizaciones para satisfacer las demandas del mercado y de la misma comunidad global. Es por ello que esta práctica organizacional ha estado tomando una mayor fuerza y generando valor para las empresas, en la obtención de una mejor imagen y reputación. Una empresa que es socialmente responsable tiene mayor éxito y menos riesgos, cuando se practica la RSE, las empresas automáticamente se convierten en organizaciones con valores y compromisos. La responsabilidad social empresarial no es cuestión de moda, sino de desarrollo de valores y compromiso con la sociedad que rodea a la organización. En la actualidad, cada vez son más las empresas que deciden ser socialmente responsables, sin embargo, no deja de existir el miedo en algunas otras, ya que lo consideran como un gasto, cuando en realidad el cumplir con este modelo es una inversión que a mediano y largo plazo le trae muchos beneficios a las empresas. Con el paso del tiempo, se ha hecho notar lo que implica la RSE, que para poder invertir en esto es necesario que el empresario tenga el suficiente conocimiento y la decisión de que ser socialmente responsable no solamente genera utilidades a la empresa, sino que puede convertirse en una ventaja competitiva.

Nuestros hallazgos tienen similitud con el estudio realizado por Huang (2014) y González Ramos, et al., (2014) sobre la relación entre la responsabilidad social empresarial, calidad del servicio, imagen corporativa, reputación empresarial y las intenciones de compra, infieren que la responsabilidad social tiene una gran relación con la imagen corporativa. En estas investigaciones hacen referencia a que, para poder tener una buena imagen empresarial, se deben hacer donaciones a eventos de caridad y de asistencia social, no propiamente la responsabilidad social son donaciones, pero forman parte importante de ésta y el hacer este tipo de acciones aumente la imagen de la empresa para beneficio de la misma, es por ello que nuevamente comprobamos que las prácticas de responsabilidad social corporativa generan que la imagen de una empresa mejore ante sus clientes y proveedores. Analizando otros trabajos relacionados, estos indican que las empresas socialmente responsables tienen mejor imagen de marca y reputación que aquellas menos comprometidas con la RSC (Tsoutsoura, 2004; Surroca et al., 2010; Herrera et al., 2013). Otros sostienen que los resultados sociales derivados de la implementación de la RSC contribuyen a atraer y retener empleados de gran calidad, a atraer socios comerciales, a reducir los riesgos del negocio, a aumentar la eficiencia empresarial y también contribuyen a aumentar las oportunidades de mercado de la empresa (Surroca et al., 2010; Guadamillas & Donate, 2011).

Esta investigación se ha basado en las prácticas de RSE y la teoría de stakeholders para argumentar que las empresas socialmente responsables son capaces de generar recursos intangibles tales como la imagen corporativa, lo que en un corto y/o mediano plazo genera un rendimiento económico y financiero. La importancia que ha adquirido la RSC en los últimos años está relacionada con los beneficios que ocasiona en términos de reputación y de reducción de riesgos empresariales (como la preocupación de sus empleados, clientes y proveedores), por lo que pueden considerarse ambas razones como complementarias (Gómez, 2008). Algunas limitaciones que contempla el estudio van en función al tamaño de la muestra, sugiriendo que esta pueda ser mayor a 100 sujetos con la finalidad de poder obtener datos con mayor confiabilidad y que puedan ser tratados con otros métodos o técnicas estadísticas como el uso de ecuaciones estructurales con medida de varianza y/o covarianza. Además, se sugiere agregar y generar nuevas líneas de investigación

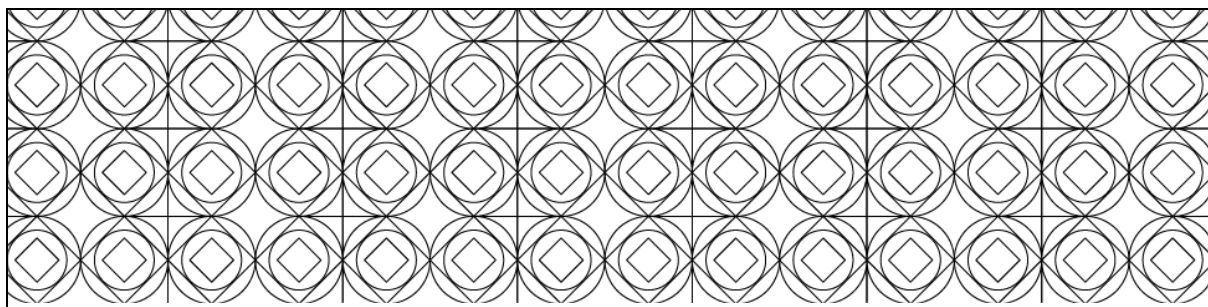
futuras considerando no solamente a las empresas multinacionales extranjeras, sino también de carácter nacional y también a la PyME (pequeña y mediana empresa). Es conveniente desarrollar investigaciones de carácter longitudinal por el reto tan importante en el ámbito de la RSC. Así como también considerar otras variables en el modelo teórico con el fin de obtener una imagen más completa de las causas y los efectos de la RSC, tales como todas las dimensiones que miden a este constructo, como la parte medioambiental, económica y ético legal. Además se puede relacionar con variables dependientes como la reputación, el rendimiento, la estrategia de innovación perseguida por la empresa y la competitividad.

En concreto, es importante recalcar que las empresas deberían de adoptar cada vez más este modelo de RSE, ya que con este tipo de prácticas empresariales se obtienen beneficios como una mejor imagen, mejor posicionamiento en el mercado, menos riesgos y por lo tanto una mejor reputación ante la sociedad y una mayor identificación con su capital humano. Así mismo, se recomienda a las empresas que implementen el desarrollo de buenas prácticas de responsabilidad social, tomando como base el despliegue de su filosofía corporativa, transmitir el código de ética, cumplir con los valores y hacer que todos en conjunto los sigan.

Referencia bibliográfica

- ANDERSON, J. & GERBING, D. (1988). "Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach", *Psychological Bulletin*, 13, 411-423.
- AUPING, J. (2004). *El análisis económico de los derechos humanos*. México: Plaza.
- BAGOZZI, R. P. & YI, Y. (1988), On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- BENTLER:M. (2005), EQS 6 structural equations program manual. Encino, CA: Multivariate Software.
- BYRNE, B. (2006), *Structural Equation Modeling with EQS, basic concepts, applications, and programming*. London: 2th edition, LEA Publishers.
- CEMEFI. (2013). Lista de empresas que obtuvieron el distintivo ESR 2013. Recuperado el enero de 2014, de Centro Mexicano para la Filantropía: <http://www.cemefi.org/servicios/noticias/rse/1858-empresas-que-obtuvieron-eldistintivo-esr-2013.html>
- CHOU, C.P., BENTLER:M. & SATORRA, A. (1991). Scaled test statistics and robust standard errors for nonnormal data in covariance structure analysis. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 44, 347-357.
- FAJARDO, Ó. (2008). La responsabilidad social corporativa. Ventajas y claves para su implantación en las organizaciones. Recuperado en enero de 2014, de Friendly Business. Nuevas ideas para nuevos tiempos: <http://fbusiness.wordpress.com/2008/05/31/la-responsabilidad-social-corporativa-ventajas-y-claves-para-su-implantacion-en-las-organizaciones/>
- FERNÁNDEZ, R. (2009). *Responsabilidad social corporativa*. España: Club Universitario.
- FISHER, L. & NAVARRO, A. (1996) *Introducción a la investigación de mercados*. 3ª ed., México: McGraw-Hill. 42, 43.
- FRIEDAMAN, M. (1970): The Social Responsibility of Business. *New York Times Magazine*, 13 de septiembre.
- FORNELL, C. & LARCKER, D. (1981), Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- GÓMEZ, F. (2008): "Responsabilidad Social Corporativa y Performance Financiero: treinta y cinco años de investigación empírica en busca de un consenso". *Principios: Estudios de Economía Política*, no 11: 5-22.
- GONZÁLEZ-RAMOS, M. I., MANZANARES, M. J. D. & GÓMEZ, F. G. (2014). Propuesta de una escala para la medición de la responsabilidad social corporativa. *Pecunia*, (18), 1.
- GUADAMILLAS, F. Y DONATE, M.J. (2011): Ethics and Corporate Social Responsibility Integrated into Knowledge Management and Innovation Technology: A Case Study. *Journal of Management Development*, vol. 30 (6): 569-581.
- HARTMAN, L., WILSON, F. & ARNOLD, D. (2005). Positive Ethical Deviance Inspires by Moral Imagination: The Entrepreneur as Deviant. *Inform Global*.
- HERRERA, J.; LARRÁN, M., Y MARTÍNEZ-MARTÍNEZ, D. (2013): Relación entre responsabilidad social y performance en las pequeñas y medianas empresas: Revisión bibliográfica, *Cuadernos de Gestión*, vol. 13 (2): 39-65.
- HUANG, C. (2014). La relación entre la Responsabilidad Social Empresarial, calidad de servicio, imagen corporativa y las intenciones de compra. Recuperado en mayo de 2014.
- HU, L.T., BENTLER:M. & KANO, Y. (1992), "Can test statistics in covariance structure analysis be trusted?". *Psychological Bulletin*, 112, 351-362.
- LIBRO VERDE (2001). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. <http://europa.eu.int/comm/off/green/index-es.htm>
- MARTÍNEZ, D. (2007). La Responsabilidad Social Empresarial, el papel de los gobiernos, los organismos multilaterales y las ONGs. Publicación Universitaria de Anáhuac.
- MARTÍNEZ LEÓN, I. M. (2009). La medición de la reputación empresarial: problemática y propuesta. Recuperado el 3 de mayo de 2014, de <http://www.aedemvirtual.com/articulos/iedee/v15/152127.pdf>
- NAVARRO, G. (2008). De la responsabilidad social individual a la responsabilidad socialempresarial. Recuperado el 23 de abril de 2014, de ConectaRSE: <http://conectarse.wordpress.com/rse/>.
- NGUYEN, N Y LEBLANC, G. (2001): "Corporate Image and Corporate Reputation in Customers Retention Decisions in Services", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 8: 227-236.
- OECD. (2011). *OECD Factbook 2011-2012 Economic, Environmental and Social Statistics*. Recuperado de <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3011041ec078.pdf?expires=1335333811&id=id&accname=freeContent&checksum=A00E260BDC1176F13154C9B4CE5522B2>
- OECD. (2008). *Perspectivas del empleo de la OECD*. España: Ministry of Labor and Social Affairs (MTAS).

- OCDE; (1976): Líneas Directrices para Empresas Multinacionales. París: OCDE
- PINA, J. M (2006) The Effect of Service Brand Extensions on Corporate Image: An Empirical Model. *European Journal of Marketing*, Vol. 40, nº 1/2: 174-197.
- RODRÍGUEZ, S. (2009). Responsabilidad Social Corporativa. Recuperado en enero de 2014, de Slideshare: <http://www.slideshare.net/misssil/responsabilidad-social-corporativa-rsc.com>
- SAAVEDRA, I. (2010). Introducción a la sostenibilidad y a la rse. España: UNED. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- SERNA, M. G. (2009). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial y su aceptación en las empresas mexicanas. Recuperado el 15 de enero de 2014, de Jurídicas UNAM: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2501/11.pdf>
- SATORRA, A. & BENTLER: M. (1988), Scaling corrections for chi square statistics in covariance structure analysis. *American Statistics Association 1988 Proceedings of the Business and Economic Sections*, 208-313.
- SIERRA, V. D. (2012). Responsabilidad Social Corporativa en el sector de la televisión. *A Research ESIC: International Journal of Communication Research/Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, 6(6).
- SURROCA J., TRIBÓ, J.A. Y WADDOCK, S. (2010): "Corporate Responsibility and Financial Performance: The role of intangible resources", *Strategic Management Journal*, vol. 31: 463-490.
- SCHEINSOHN, D. (1998). Dinámica de la Comunicación y la Imagen Corporativa. Buenos Aires, Argentina. Fundación OSDE.
- TRABAJO, O. I. (2005). Convenios y recomendaciones. Recuperado el mayo de 6 de 2014, de OIT: <http://www.ilo.int/global/standards/introduction-to-international-labour-standards/conventions-and-recommendations/lang-es/index.htm>
- TSOUTSOURA, M. (2004): "Corporate Social Responsibility and Financial Performance", UC Berkeley: Center for Responsible Business. Disponible en: <http://escholarship.org/uc/item/111799p2> (recuperado el 01/01/2014).
- VELASCO, G. E. (2004). Responsabilidad social corporativa. Aspectos Jurídico-Económicos. Universitat Jaume I.
- VIVES, A. (2004), The Role of Multilateral Development Institutions in Fostering Corporate Social Responsibility, Sustainable Development Department. Technical Papers Series, Washington, D.C.: Inter-American Development Bank.
- WILCOX, D., AUTT; AGGE, W. Y CAMERON, G. (2001): Estrategias y Tácticas. Madrid. Pearson Educación S. A.



Memorias de las prácticas profesionales, una nueva opción de titulación para la licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad de Sonora, Campus Caborca

MARÍA DEL ROSARIO QUINTANAR GALLARDO

JOSÉ LUIS LEÓN VILLA

Resumen

El propósito de esta investigación es presentar la opción de titulación más reciente con que cuenta la Universidad de Sonora y que facilite la obtención del título profesional, de una forma más fácil, rápida y económica, sin perder el concepto de calidad en la formación de profesionistas en Mercadotecnia y presentar sugerencias de las áreas o actividades en donde los alumnos pueden realizar sus prácticas profesionales, con la finalidad que les sea más atractivo titularse por esta nueva opción, ya que a la fecha son muy pocos los alumnos titulados de esta carrera.

Este trabajo es una investigación bibliográfica que se llevó a cabo con la ayuda del departamento de servicios escolares del propio campus, el Departamento de Planeación de la Universidad de Sonora y la Secretaría Académica, de la División de Ciencias Económicas y Sociales.

La titulación por prácticas profesionales consiste en la elaboración de una memoria de sus prácticas profesionales, la cual consiste en un documento escrito a través del cual el estudiante expone de manera explícita y sencilla, el antes, durante y después de desarrollar un programa de prácticas profesionales en el cual destaca el impacto que tuvieron las actividades realizadas en su formación académica.

En el documento se presenta un listado de áreas y funciones que pueden realizar los alumnos en las estancias empresariales con la intención de incentivar a los alumnos y egresados de la licenciatura en Mercadotecnia a verlo como una oportunidad para titularse inmediatamente después de que terminen su plan de estudios.

Introducción

Con el paso del tiempo se puede observar cómo van cambiando las sociedades, sus habitantes, costumbres, necesidades y deseos, por lo tanto también cambian sus propias demandas de productos y servicios que los ayudaran a satisfacerlas

Por tal motivo, la Universidad de Sonora, Campus Caborca, preocupada por atender las demandas de formación de profesionales que se requieren para que la comunidad y el país siga avanzando, está ofreciendo la licenciatura en Mercadotecnia, donde se pretende que al egresar este profesionista cuente con los conocimientos teóricos y metodológicos que le permitan actuar como un profesional de excelencia, en las áreas de la industria, comercio, servicios y organizaciones públicas, en el ámbito estatal, regional, e internacional, desempeñando actividades relacionadas con la toma de decisiones de alta dirección, ámbito publicitario y

promoción de ventas, en la investigación de mercado, administración de ventas, en el diseño e implantación de programas para las empresas ubicadas en su entorno social e incursionar en el proceso de la globalización empresarial. Todo esto, considerando valores éticos en la búsqueda del desarrollo económico de las organizaciones.

En la actualidad, Mercadotecnia es una de las carreras que tienen más demanda debido a su versatilidad y a las amplias facilidades de empleos que brinda. De una forma muy general podemos decir que la mercadotecnia ayuda a planear, promocionar y distribuir los productos con la finalidad de satisfacer necesidades e incrementar las ventas y por tanto las utilidades de una empresa.

Sin embargo, la universidad no solo se debe preocupar por ofrecer nuevas carreras sino también porque los alumnos que ingresan a ellas logren egresar y obtener su título profesional, ya que las mismas empresas los requieren con esa característica.

Justificación

La formación universitaria es un proceso de preparación profesional de estudiantes que conlleva al progreso; de no realizarse apropiadamente, conduce al declive de las instituciones y de la sociedad en su conjunto, por lo tanto, esto provoca pérdida de posición, fracaso, deterioro social y declive económico.

Por lo tanto, la presente investigación tiene como propósito presentar la opción de titulación más reciente y que facilite la obtención del título profesional de una forma más fácil, rápida y económica sin perder el concepto de calidad en la formación de profesionistas.

A la vez, presentar sugerencias en las diferentes áreas o actividades en donde los alumnos pueden realizar sus prácticas profesionales, con la finalidad que les sea mas atractivo titularse por esta nueva opción.

Antecedentes

En los años ochenta, México abre la mirada al exterior en materia de educación y es cuando el contexto internacional empieza a cobrar una importante relevancia, de tal forma que los actores y acontecimientos internacionales ocupan una posición más importante en relación con el quehacer de las diferentes instituciones educativas en materia de oferta educativa, y de niveles de ingreso y egreso de profesionistas bien preparados (Guerra, 2001).

Para poder entender la titulación y sus procesos, habrá que enmarcarla como una manifestación del rendimiento escolar dentro de un sistema escolar, en nivel superior, en este caso.

La educación superior se concibe como un proceso formativo disciplinario y cultural cuya tarea social es la formación de profesionistas, investigadores y técnicos útiles a la sociedad (García, de la Torre, 2001)

Hacer posible el logro de los diferentes perfiles de egreso definidos en cada uno de los programas académicos que se ofertan, es uno de los principales retos de las instituciones de educación superior (IES). Ello ha obligado a las IES a emprender procesos de reformas consistentes que —entre otras cosas—, redunden en elevar la tasa de eficiencia terminal (Unison, 2013).

Por otra parte, la universidad está buscando certificar todos los programas de licenciatura con los que cuenta y esto se hace por parte de un organismo acreditador externo, el cual incluye entre los indicadores de calidad, el índice de titulación de los egresados de las diferentes carreras.

Por esta razón se cuenta con varias opciones de titulación de acuerdo al artículo 85 del reglamento escolar de la Universidad de Sonora, los cuales se describen más adelante en este mismo documento, de tal manera que en sesión 102 del 25 de febrero de 2009, el H. Colegio académico aprobó la opción de titulación por prácticas profesionales en estudios de licenciatura en esta institución, modificando con ello el reglamento escolar en los artículos que le son relativos.

La licenciatura en Mercadotecnia inicia en el semestre 2007-2, en el Campus Caborca, de la Universidad de Sonora, de donde a la fecha van tres generaciones que han concluido el plan de estudios, teniendo un total de 43 alumnos egresados, de los cuales se han titulado 22 por promedio y por curso de titulación (Unison, 2013).

Aspecto académico de la licenciatura en Mercadotecnia

El programa de la licenciatura en Mercadotecnia, de la Universidad de Sonora, tiene como objetivo general: “Formar profesionistas de calidad a través de los conocimientos interdisciplinarios adquiridos en su programa, capaz de responder a los cambios continuos e impredecibles del mercado regional y su contexto y a las necesidades de comercialización de las organizaciones, atendiendo aspectos de responsabilidad ambiental y de compromiso social”.

El plan de estudios consta de un total de 48 materias, a las cuales les corresponden en total 326 créditos, y que se cursaran en ocho semestres, más el idioma inglés acreditable y la estancia empresarial (prácticas profesionales), requisito para poder obtener la titulación.

La estancia empresarial podrá hacerla el estudiante a partir de haber reunido 225 créditos y su duración será de un semestre mínimo, igualando la misma cantidad de horas del servicio social y presentando un reporte de su proyecto de estancia.

Competencias laborales

A lo largo de su formación profesional, al estudiante de esta licenciatura se le prepara con la finalidad de que cuente con las habilidades y capacidades suficientes para:

- Detectar necesidades a partir de investigar los mercados y posibles nichos de mercados.
- Desarrollar procesos para la satisfacción de las necesidades del mercado.
- Ejercer un liderazgo que le permita vincular los recursos de la empresa con el contexto.
- Aplicar metodologías para resolver problemáticas y tomar decisiones.
- Desarrollar procesos integrales de mercadotecnia.

Por lo tanto, su plan de estudio está pensado y operando en función de que al momento de su egreso a ellos los caracterice una actitud innovadora y creativa en procesos mercadológicos de carácter operativo y estratégico, con alto compromiso empresarial y social.

Funciones y áreas donde se han llevado a cabo las estancias empresariales de la licenciatura en Mercadotecnia

De acuerdo a los registros que se encuentran en la coordinación de prácticas profesionales, los alumnos de la licenciatura en Mercadotecnia han estado realizando sus estancias empresariales tanto en el sector productivo, comercial y de servicios, a solicitud de los empresarios locales que requieren de la ayuda de personal con conocimientos específicos que les oriente y auxilie para ser más competitivas. Algunas de las funciones más recurrentes que realizan son las siguientes:

- Investigación de mercados para una nueva empresa (diseño y aplicación de encuestas).
- Promociones de viajes (promoción y venta en una agencia de viajes).
- Estudios de mercado, elaboración de carteles y volantes.
- Publicidad (propuestas de reducción de costos y diseño y redacción de carteles).
- Asistente de publicidad (apoyo en la elaboración de mensajes publicitarios, promociones y estudios de ventas).

Titulación en la Universidad de Sonora

La titulación en la Universidad de Sonora es el procedimiento mediante el cual el pasante de un programa acredita su carácter de profesionista y se considera pasante quien ha cubierto la totalidad del plan de estudios del programa correspondiente y ha cumplido con el servicio social.

Obtener el título universitario es relevante tanto para los nuevos profesionistas, para la propia Universidad, así como para la misma sociedad, quien se beneficia con el recibimiento de personas preparadas para atender las diferentes problemáticas sociales.

Los alumnos cuentan con varias opciones de titulación ofrecidas por la misma institución, cumpliendo con las disposiciones establecidas en cada una de ellas:

- .. Por promedio: consiste en la titulación cuando el alumno haya alcanzado un promedio global igual o superior a 90.
- !. Tesis profesional: es un trabajo escrito que se ocupa del estudio o análisis de cuestiones teóricas o prácticas relativas al área de conocimiento del sustentante.

- h. Trabajo profesional: trabajo escrito basado en su desempeño profesional que permita evaluar su capacidad para aplicar los conocimientos en la práctica, ya sea por disertación o por obra publicada.
- i. Examen nacional de calidad profesional: podrá obtenerse mediante certificación emitida por una institución legalmente facultada y oficialmente reconocida para ese efecto, con la cual esta Universidad haya celebrado convenio en esa materia.
- j. Servicio social comunitario: consiste en la participación de un proyecto de servicio social comunitario, cuyo registro e informe(s) hayan sido aprobados por el consejo divisional correspondiente o, en el caso de proyecto que involucren dos o más divisiones, por el Comité Institucional de Servicio Social Universitario.
- k. Otras opciones que apruebe el Colegio Académico, a propuesta del consejo divisional que corresponda.
- l. Prácticas profesionales: esta opción es para estudiantes que hayan acreditado el programa de prácticas profesionales según el Reglamento General de Prácticas Profesionales de esta Universidad. (Reglamento escolar vigente al 2014).

En congruencia con lo anterior, el H. Consejo Divisional de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Norte, aprobó los lineamientos para titulación por opción de prácticas profesionales para los alumnos que hayan cursado estudios de licenciatura en los diferentes programas de esta División.

Se entiende por memoria de prácticas profesionales, el documento escrito a través del cual el estudiante expone de manera explícita y sencilla, el antes, durante y después de desarrollar un programa de prácticas profesionales en el cual destaca el impacto que tuvieron las actividades realizadas en su formación académica; integra el análisis y reflexión sobre la experiencia adquirida, permitiéndole llegar a conclusiones relacionadas con su campo de especialidad. Es un documento con valor histórico que deja constancia de una experiencia educativa en beneficio de quien lo elabora.

La memoria deberá ser presentada y defendida de manera individual, aunque en el proyecto hayan participado varios estudiantes de la misma o diferente disciplina.

Respecto a la confidencialidad de los datos, la UNISON, a través de las instancias correspondientes, podrá celebrar un convenio con la institución o empresa donde se realizaron las prácticas profesionales, en el cual se establecerán las bases que aseguren la salvaguarda de identidad de la empresa o institución.

El pasante presentará una memoria en la cual se destaque el impacto que tuvieron las actividades desarrolladas en su formación académica. La memoria deberá ser expuesta y defendida en sesión pública ante el jurado integrado por tres profesores nombrados por el jefe de departamento, quienes fungirán como presidente, secretario y vocal. Además, se deberá nombrar un suplente.

Acciones emprendidas por la universidad para poner en práctica este proyecto

Primeramente se elaboraron y aprobaron por el Consejo Divisional de la División de Ciencias Económicas y Sociales los siguientes lineamientos para la elaboración de las memorias (Unison, 2013)

- .. Se dispone de un tiempo máximo de un año para la presentación y defensa de la memoria de prácticas profesionales, a partir de haber cubierto los requisitos para ser pasante
- 1. El estudiante deberá haber cumplido satisfactoriamente con el seguimiento y entrega de los reportes de sus actividades tanto al tutor responsable así como a la Coordinación de Prácticas Profesionales, instancia que deberá expedir constancia de acreditación relativa.
 - a. El Jefe de Departamento previa solicitud del estudiante, nombrará Director para las Memorias de Prácticas profesionales, quien preferentemente será el tutor o maestro (s) responsable(s) de las materias donde se encuentren insertas las prácticas profesionales.
 - b. En el mismo documento, el solicitante deberá proporcionar los datos relativos al tema de las memorias y demás información que el formato 1 establece.
- 2. El estudiante deberá elaborar una memoria escrita correspondiente a las prácticas profesionales, en los términos que se precisan en el punto 7 del presente instrumento.
- 3. Para solicitar la asignación de jurados, el practicante deberá presentar al Jefe de Departamento la documentación que este le requiera:
- 4. El Jefe de Departamento nombrará un jurado para evaluar el trabajo escrito.

- i. El jurado evaluará la memoria, la cual deberá cumplir con los requisitos académicos del caso.
7. La memoria deberá contener y reflejar el trabajo presentado por el practicante y contener los siguientes puntos:
 - a. Portada: División, departamento, carrera, título del trabajo, nombre del alumno, lugar y fecha.
 - b. Hoja de aprobación del Jurado.
 - c. Carta de aprobación de la empresa(s) o institución(es) donde realizó las prácticas profesionales.
 - d. Índice: Desglose del contenido de la memoria.
 - e. Descripción de la Unidad Receptora: Características del lugar donde se realizó el proyecto.
 - f. Introducción: Debe indicar con claridad el porqué y el para qué del proyecto, plasmar los objetivos y metas del proyecto de la práctica profesional.
 - g. Justificación: Razón de ser del proyecto, impacto para la Unidad Receptora y/o comunidad.
 - h. Objetivos: Plantear con claridad los objetivos y metas del proyecto de la práctica profesional, especificándose los generales y los particulares.
 - i. Metodología: Es el desarrollo del trabajo y reflejará el impacto que tuvieron las actividades desarrolladas en su formación Académica, en la Unidad Receptora y/o Comunidad. Debe contener:
 - j. Resultados obtenidos: La información que se presente en este apartado es de gran relevancia y deberán incluirse gráficas, cuadros, tablas o esquemas.
 - 7.10.1. Experiencia profesional y personal adquirida.
 - 7.10.2. Impacto para la Unidad Receptora: Deberá explicarse cómo y de qué manera las actividades desarrolladas en el proyecto surtieron efecto en la Unidad Receptora y/o en la comunidad.
 - k. Conclusiones: Recapitulación de todos los datos e información que se ha expuesto en los reportes de la práctica profesional.
 - l. Bibliografía: Debe contener: citas textuales o referencias bibliográficas que sirvan de apoyo en la experiencia profesional y personal adquiridas. 5 libros mínimo.
8. La memoria tendrá una extensión de 30 a 50 cuartillas con interlineado de 1.5, utilizando letra arial tamaño 12. Se recomienda utilizar los márgenes siguientes: Izquierdo 3.5 centímetros, superior en inicio de capítulo de 3.5 centímetros y si es continuación del capítulo de 2.5 centímetros, derecho 2.5 centímetros e inferior de 2.5 centímetros. La memoria deberá presentarse encuadrada, entregando la cantidad de ejemplares que se establece en el punto 4 de los presentes lineamientos.
9. Una vez aprobada la memoria y entregados los ejemplares al Jefe de Departamento, éste asignará la fecha para la realización del examen profesional; el practicante presentará y defenderá su trabajo en sesión pública.
10. El plazo máximo para exponer y defender en sesión pública las memorias de prácticas profesionales será de un año a partir de la designación del director

Por otra parte, el Campus Caborca ha ofrecido a los alumnos que ya egresaron y a los próximos en egresar, de la licenciatura en Mercadotecnia, un espacio de capacitación, orientación y trabajo para aprender a elaborar las memorias, de la estancia empresarial o práctica profesional que hayan realizado, el cual tuvo una duración de 20 horas y se tituló "Curso taller: titulación por prácticas profesionales"

Desde hace cuatro años se lleva a cabo el Simposio Regional de Prácticas Profesionales, en este campus Caborca, de la misma Universidad, que permite analizar y evaluar la situación académica y el ámbito laboral, a través de las exposiciones de los propios estudiantes y unidades receptoras, donde confluyen las experiencias de ambos.

Conclusiones

Las prácticas profesionales universitarias son una parte integral de la formación del estudiante ya que las actividades que realizan les permite poner en práctica los conocimientos, competencias, habilidades y destrezas adquiridos en el aula y representan para el estudiante, el reconocimiento del entorno laboral a la disciplina estudiada.

Por lo tanto y con base en la revisión del plan de estudios de la licenciatura en Mercadotecnia y la información obtenida de la Coordinación de Prácticas Profesionales, es necesario que las funciones que se llevan a cabo dentro de las empresas, en los programas de las prácticas profesionales, se extiendan a lo largo de las diferentes áreas en las que se están formando los

alumnos, puesto que este es el punto de contacto más cercano con la realidad que vivirán una vez que ellos se inserten al mercado de trabajo. Por lo tanto, se hace apremiante que los empresarios de los diferentes sectores y tamaños de la localidad conozcan realmente como puede auxiliarlos un profesional de la mercadotecnia.

Por lo anterior, se sugiere que la División de Ciencias Económicas y Sociales, el Departamento de Ciencias Económico Administrativas, la Coordinación de Programa de la Licenciatura y la Coordinación del Programa de Prácticas Profesionales de esta Unidad Regional Norte, de la Universidad de Sonora, Campus Caborca, unan esfuerzos para hacerles llegar información a los empresarios de la localidad y la región acerca del programa de la licenciatura en Mercadotecnia y del programa de prácticas profesionales, de los cuales se pueden beneficiar.

Igualmente, que al realizar los convenios con las unidades receptoras, estos respeten los acuerdos del mismo para que los estudiantes puedan verdaderamente poner en práctica sus conocimientos y así elaborar una memoria sustancial que refleje el conocimiento y aprendizaje obtenido durante la estancia cumpliendo así con la finalidad de esta nueva opción de titulación.

Finalmente, se presenta un listado de sugerencias acerca de las funciones específicas que los practicantes de esta área pueden llevar a cabo, con la finalidad de que abarquen los diferentes campos laborales.

- .. Diseño de imagen del negocio tanto interna como externa.
- 1. Diseño y operación de sistemas logísticos de mercancías.
- 2. Diseño de carteles, volantes o publicidad externa.
- 3. Investigación para detectar como se puede mejorar el servicio del negocio.
- 4. Investigación para introducir nuevos productos o servicios a una empresa ya establecida.
- 5. Elaborar políticas de precios y ventas en las empresas.
- 6. Diseñar campañas publicitarias.
- 7. Participar con académicos, en proyectos de investigación que tengan relación con su carrera.
- 8. Diseño de etiquetas.
- 9. Estudio de la calidad de los productos.
- .. Diseño de la presentación del producto.
- 10. Determinación de los canales de distribución más convenientes para hacer llegar el producto al consumidor final.
- 11. Investigación sobre la efectividad de las campañas publicitarias utilizadas por las empresas.
- 12. Elaboración del plan de medios utilizados en campañas publicitarias.
- 13. Establecer los métodos promocionales, más adecuados que le sirvan para aumentar ventas, dar a conocer el producto, etc.

Con esto se pretende incentivar a los alumnos egresados de la licenciatura en Mercadotecnia a que no vean las prácticas profesionales sólo como un requisito que tienen que cumplir para egresar, sino como una oportunidad para titularse inmediatamente después de que terminen su plan de estudios, si es que no pueden alcanzar la titulación por promedio.

Referencia bibliografica

GARCÍA, R. DE LA TORRE, J. L. (2007). Universidad de Guadalajara, Departamento de literatura y filosofía. Sincronía, invierno 2007. Consultado en:

<http://sincronia.cucsh.udg.mx/garciawinter07.htm>

GUERRA, E. (2001) La Educación Superior en México. Consultado en:

<http://www.ufg.edu.sv/ufg/theorethikos/enero2001/analisis04.htm>

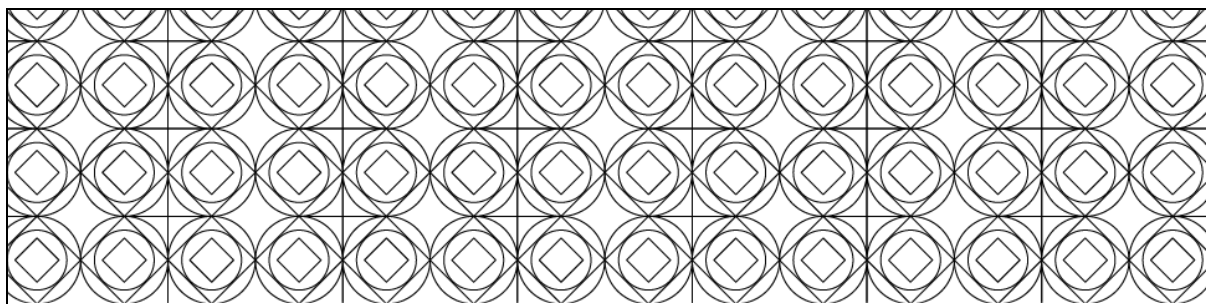
PROGRAMA ACADÉMICO DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DE LA UNIVERSIDAD DE SONORA. Consultado en:

http://www.uson.mx/oferta_educativa/pe/licmercadotecnia.htm,

UNIVERSIDAD DE SONORA, REGLAMENTO ESCOLAR VIGENTE (2014).

UNIVERSIDAD DE SONORA, (2013) Dictamen de la comisión de asuntos normativos de la División de Ciencias Económicas y Sociales.

UNIVERSIDAD DE SONORA (2013) Dirección de planeación y desarrollo de la Universidad de Sonora.



Demanda de estudios de la maestría en Mercadotecnia en la UAEH

EDUARDO MUÑOZ BAUTISTA
SOFÍA EMILIA LÓPEZ GARCÍA
ARLEN CERÓN ISLAS

Resumen

El presente documento contiene información del artículo denominado “Aplicación de la mercadotecnia en instituciones de educación superior para la toma de decisiones,” de autoría propia, publicado en el ebook Nuevas tecnologías de la Mercadotecnia y su aplicación en la enseñanza, cuyos autores son: Fischer, L., Cerón, A., Alcántara, R. (2015). No obstante, esta publicación refleja el estudio completo de la demanda educativa de la maestría en Mercadotecnia, en el estado de Hidalgo, y pertenece a una serie de estudios de pertinencia y factibilidad cuyos resultados permitirán determinar la factibilidad de esta maestría como nueva oferta educativa en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH). Por lo tanto, el estudio se dará bajo la estructura de los siguientes apartados: planteamiento de objetivos; características de la demanda educativa en el estado de Hidalgo; características de la educación superior en el estado de Hidalgo; características de la demanda de estudios de posgrado en el área de mercadotecnia en el estado de Hidalgo. En las conclusiones se determinará si existe la pertinencia de ofertar la maestría en Mercadotecnia, ya que reflejó que hay demanda estudiantil.

Introducción

Como parte de la integración de los estudios de pertinencia y factibilidad se genera el estudio Demanda de estudios de maestría en Mercadotecnia en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, enmarcando los siguientes objetivos. El general: determinar la demanda potencial, actual y futura, de aspirantes a ingresar al nuevo plan de estudios propuesto. Los específicos: determinar las características de la demanda educativa en el estado de Hidalgo; determinar las características de la educación superior en el estado de Hidalgo; y determinar las características de la demanda para la maestría en Mercadotecnia en el estado de Hidalgo.

Quintana, Paredes y Sandoval (2014) refieren que todos los productos o servicios antes de ser ofrecidos al mercado tienen que ser evaluados desde varios puntos de vista, con el objetivo de satisfacer una necesidad humana. En este contexto, para tomar la decisión de ofrecer una carrera profesional, las instituciones educativas realizan un estudio de factibilidad con la finalidad de recopilar datos relevantes de tres estudios previos de mercado, técnico y financiero. Los resultados se analizan para identificar su viabilidad. En el estudio de mercado hay que analizar a la competencia, el producto, precio, plaza, promoción, consumidor o usuario y si existe demanda que justifique la implementación del programa. En este orden de ideas, diversos autores (Kotler, Cámara, Grande y Cruz, 2007; Mankiw, 2007) sostienen que la demanda es el deseo que se tiene de un determinado bien que lleva implícito la calidad y precio.

Los estudios de maestría pertenecen al nivel de posgrado que constituye la cúspide de la pirámide de la educación formal, en ellos se profundiza en el conocimiento de muchos aspectos de la realidad, logrando avance científico y cultural para un país, así como de los individuos que los realizaron (Casillas y Hanel, 2007).

Antecedentes

En el año 1961 se creó la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), en 1964 ofreció la carrera de Comercio y Administración, con estudios a nivel medio superior terminal, con la cual se crea la ECA. En 1969 aparecen las licenciaturas en Contaduría Pública y Administración de Empresas; en 1974 se crea el Instituto de Ciencias Contable Administrativas (ICCA); en 1980 inician los estudios de posgrado con la especialidad en Dirección de Empresas; en el año 1994 se le da el nombre a Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA), donde se suman cinco licenciaturas más en el transcurso de once años; en 1994 la de Economía; en 1995, la de Comercio Exterior; en el año 2000, la de Turismo; 2002, la de Mercadotecnia; y en el año 2005, la de Gastronomía (UAEH, 2014a).

Los estudios de posgrado que ofrece actualmente el ICEA son, en el área académica de contaduría, dos, la especialidad en Administración Tributaria y la maestría en Auditoría; en el área académica de administración, la especialidad en Administración Integral para las PyMEs, la especialidad en Administración de Personal, la maestría en Gestión Administrativa, la maestría en Administración y el doctorado en Ciencias Administrativas (UAEH, 2014c). Así mismo, como parte de su visión, el ICEA pretende contar con programas de posgrado registrados en el Padrón Nacional e Internacional del CONACYT (UAEH, 2014b).

Se identifica como problema la existencia de una oferta limitada educativa de posgrados dentro del ICEA de la UAEH, determinando que hay un desconocimiento de la demanda, necesidades y de los intereses de cursar una maestría en Mercadotecnia.

Metodología

La investigación fue de corte cuantitativa, exploratoria, probabilística, por área y cuotas, en exploración documental y de campo en ICEA. En lo cuantitativo, se aplicó un cuestionario formal con preguntas de opción múltiple, tomando como referencia cuatro constructos (producto, precio, plaza y promoción), considerando un tamaño de muestra, y se realizó basándose en el número de alumnos que estuvieron inscritos entre julio y diciembre 2014, de las generaciones 01/10 y 02/10 (UAEH, 2014d), de los dos últimos semestres de cinco carreras a nivel licenciatura, universo 493, intervalo de confianza 95%, error 5%. Muestra de 216 distribuidas de la siguiente manera: mercadotecnia 43, administración 43, comercio exterior 43, contabilidad 44 y turismo 43.

La finalidad fue “analizar la tendencia que tienen los alumnos del Instituto de Ciencias Económico Administrativas respecto a realizar estudios de maestría en Mercadotecnia, determinando las características desde el punto de vista de la mercadotecnia de servicios”. La hipótesis: “el 80% de los alumnos de los últimos semestres de cinco licenciaturas del ICEA están interesados en realizar estudios de maestría en Mercadotecnia, en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo”. Los resultados se dan a partir del paquete estadístico SPSS V21, en análisis descriptivo y correlacional de sexo y edad.

Resultados: características de la demanda educativa en el estado de Hidalgo

Población total: distribución y evolución

De acuerdo con el censo de población y vivienda 2010, el número de habitantes a nivel nacional fue de 112 336 538, de éstos 54 855 231 son hombres y 57 481 307 son mujeres (INEGI 2010). En el estado de Hidalgo, en el año 2005, la población era de 2 345 514 habitantes y, para el año 2010, la cantidad de 2 665 018 (INEGI 2013), reflejando un incremento de 13.6% (ver tabla 1), ubicando el 48.2% de hombres y 51.8 mujeres, concentrándose principalmente entre las edades de 0 a 39 años de edad (ver figura 1) (INEGI 2014a). 52% de la población es urbana y 48% es rural (INEGI 2014b).

Indicador	2005	2010	Tasas de crecimiento
Población total	2 345 514	2 665 018	13.6%
Hombres	1 125 188	1 285 222	14.2%
Mujeres	1 220 326	1 379 796	13.0%

Fuente: INEGI 2013

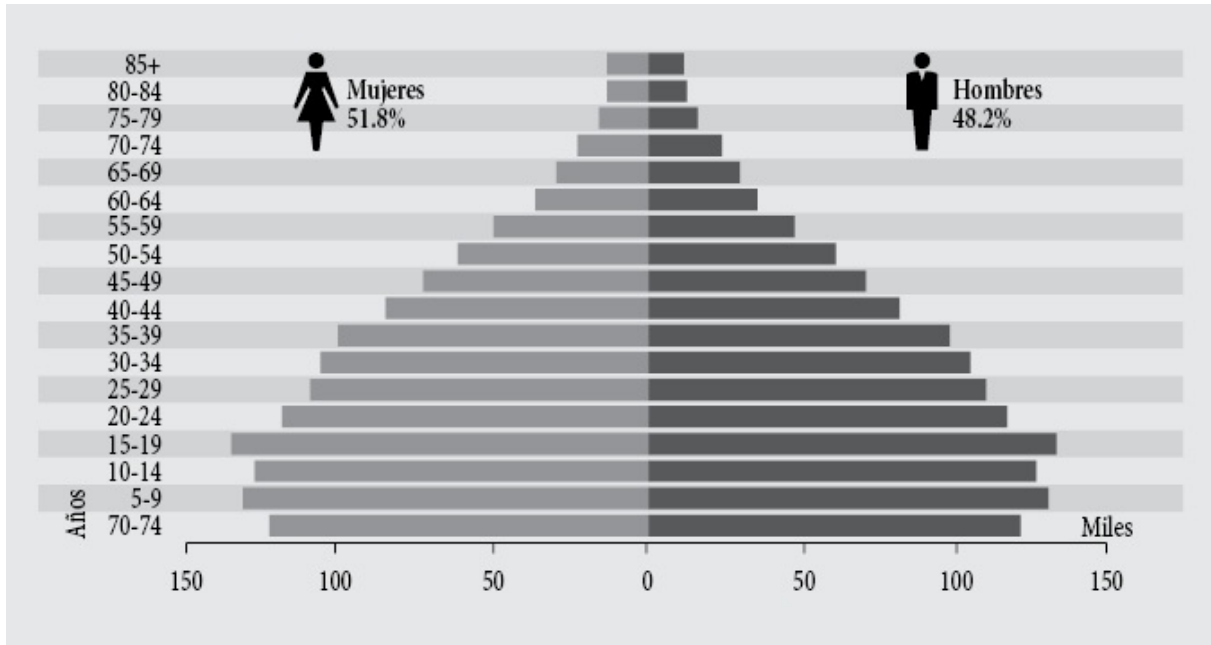


Figura 1. Habitantes por edad y sexo
Fuente: INEGI (2014a).

Los municipios con más población del estado de Hidalgo son: Pachuca de Soto, Tulancingo de Bravo, Mineral de la Reforma, Huejutla de Reyes, Tula de Allende, Tizayuca, Ixmiquilpan, Tepeji del Río de Ocampo, Cuauhtepic de Hinojosa, Actopan (ver tabla 2).

Lugar	Municipio	Localidad	Habitantes
1	Pachuca de Soto	Pachuca de Soto	267 862
2	Tulancingo de Bravo	Tulancingo	151 584
3	Mineral de la Reforma	Pachuquilla	127 404
4	Huejutla de Reyes	Huejutla de Reyes	122 905
5	Tula de Allende	Tula de Allende	103 919
6	Tizayuca	Tizayuca	97 461
7	Ixmiquilpan	Ixmiquilpan	86 363
8	Tepeji del Río de Ocampo	Tepeji de Ocampo	80 612
9	Cuautepec de Hinojosa	Cuautepec de Hinojosa	54 500
10	Actopan	Actopan	54 299

Fuente: INEGI, 2014b, a partir del Censo de Población y vivienda 2010.

Población de 18 años y más: condición de asistencia escolar, según nivel de instrucción en el estado de Hidalgo

La tabla 3 identifica el número de la población de 18 y más años en el estado de Hidalgo, según nivel de institución y grados académicos de acuerdo con los años censales 2005 y 2010, reflejando un incremento del 205% en la población que tiene grados académicos de maestría y doctorado, así como un incremento de 300% en la gente con la que cuenta con estudios técnicos con preparatoria terminada. En cuanto a la población que cuenta con estudios profesionales de licenciatura, el promedio de incremento es de más del 44%, lo que la población potencial para estudios de maestría es de 2.8% del total de la población.

Año	Población	Estudios Técnicos con preparatoria terminada	Profesional 1 grado	Profesional 2 grado	Profesional 3 grado	Profesional 4 grado	Profesional 5 y más grados	Maestría y doctorado
2005	1 416 629	8 752	14 088	14 535	14 905	66 986	31 775	6 455
2010	1 687 601	26 315	19 492	20 795	24 457	85 829	46 955	13 224
Tasa de crecimiento	19.1%	300%	38.4%	43.0%	64.1%	28.1%	47.8%	205%

Fuente: INEGI 2013.

Número de escuelas en general y alumnos matriculados en Hidalgo

La tabla 4 refleja las estadísticas en el estado de Hidalgo, ubicando el número de planteles, escuelas y alumnos matriculados al ciclo escolar 2012-2013, donde en total se registraron 863 823 alumnos, existiendo 79 331 estudiantes de nivel superior lo que representa un 9.2% de los cuales 48.3% son hombres y 51.7%. Los otros niveles educativos están estructurados de la siguiente forma: 3.1% son del inicial, 0.2% del especial, 13.9% al preescolar, 41.7% al nivel primaria, 18.5% a secundaria, 13.1% a media superior y el 0.3% a extraescolar. En cuanto a los planteles, son 91 y 124 escuelas de este mismo nivel educativo.

Nivel Educativo	Planteles	Escuelas	Hombres	Mujeres	Total	%
Inicial	61	61	13 717	13 530	27 247	3.1
Especial	76	76	915	576	1 491	0.2
Preescolar	3 328	3 328	60 715	59 137	119 852	13.9
Primaria	3 263	3 263	183 613	176 665	360 278	41.7
Secundaria	1 167	1 215	81 054	79 090	160 144	18.5
Media superior	319	358	56 106	57 143	113 249	13.1
Superior	91	124	38 334	40 997	79 331	9.2
Extraescolar	26	26	708	1 523	2 231	0.3

Fuente: SEPH, 2013.

Características de la educación superior en el estado de Hidalgo

Planteles o instituciones y escuelas de educación superior del estado de Hidalgo al inicio de cursos 2014-2015

En el estado de Hidalgo, durante el inicio de cursos 2014-2015 a nivel superior, el número de planteles o instituciones registradas fue de 100, con 135 escuelas y un total de 91,814 alumnos inscritos (ver tabla 5).

	Plantel o Institución	Escuelas	Alumnos Hombres	Alumnas mujeres	Total
Autónomo	1	16	11,824	15,551	27,375
Estatal	19	23	17,961	13,347	31,308
Federal	3	3	3,550	1,905	5,455
Federal transferido	7	13	1,139	2,693	3,832
Particular	70	80	10,146	13,698	23,844
Total	100	135	44,620	47,194	91,814

Fuente: SEPH, (2015).

Programas Académicos (PA) de nivel superior en el estado de Hidalgo

La tabla 6 demuestra los Programas Académicos (PA) de nivel superior en el estado de Hidalgo, se compara con los programas del área económica administrativas, encontrando el porcentaje de participación, identificando que a nivel doctorado hay 10 programas, no obstante no hay en el área económico administrativas y sólo el 17.8% pertenecen al nivel de maestría, considerado un índice muy bajo al representar apenas un 1/6 de los (PA) de ese nivel. No obstante, existen 46 (PA) de nivel licenciatura, reflejando un número bastante viable, de los cuales egresan alumnos con perfil para la maestría en Mercadotecnia.

Nivel	Total PA	Área económico administrativas	Participación
Técnico superior universitario	38	8	21.0%
Licenciatura	232	46	19.8%
Especialidad	50	13	26.0%
Maestrías	84	15	17.8%
Doctorado	10	0	0.0%
Licencia profesional	5	0	0.0%

Fuente: SEPH, 2013.

Oferta educativa de educación superior

El número de Instituciones de Educación Superior Pública son en total 17, considerando los niveles educativos de: técnico superior universitario, licencia profesional, licenciaturas, ingenierías, especialidad, maestría y doctorado, donde hay un incremento principalmente en los programas académicos de nivel maestría, pasando de 11 a 18 entre el año 2013 y el 2014 (ver tabla 7).

Nivel educativo	Programas educativos Ciclo escolar	
	2012/2013	2013/2014
Técnico Superior Universitario	55	58
Licencia Profesional	5	5
Licenciaturas	19	19
Ingenierías	81	81
Especialidad	8	8
Maestría	11	18
Doctorado	2	3
TOTAL Programas Académicos	181	192

Fuente: SEPH, 2013b, 2014.

Las instituciones de educación superior particulares en Hidalgo que ofrecen programas de licenciatura son 47, de especialidad son 9 y maestría 25 (ver tabla 8).

Nivel educativo	Programas educativos

Nivel educativo	Número les particulares
Licenciatura	47
Especialidad	9
Maestría	25

Fuente: SEPH, (2013a).

Licenciaturas del área económica administrativas que se ofrecen en el estado de Hidalgo

La tabla 9 muestra el número de alumnos de 6 licenciaturas del área económico administrativas que se ofrecen en el estado de Hidalgo en el año 2012, considerando a los alumnos inscritos en el período 2012-2013, así como a los alumnos egresados y titulados en el ciclo escolar 2011-2012, los cuales permitirá determinar la demanda potencial por el número de alumnos.

	Licenciatura	Alumnos inscritos 2012-2013	Alumnos egresados 2011-2012	Alumnos titulados 2011-2012
1	Administración	5 877	807	642
2	Comercio exterior/ internacional/aduanas	1 288	235	124
3	Contaduría	2 995	565	479
4	Economía	138	14	32
5	Mercadotecnia	1 672	326	284
6	Turismo	1 836	347	265

Fuente: SEPH, 2013.

Especialidad y maestría del área de estudios económico administrativas que se ofrecen en el estado de Hidalgo

Las tablas 10 y 11 reflejan el número de alumnos inscritos egresados y titulados de los estudios por tipo de especialidad y maestría en el estado de Hidalgo, entre los años 2011 y 2013, identificando que la oferta de maestrías en el estado de Hidalgo es muy baja.

	NIVEL ESPECIALIDAD	Alumnos inscritos 2012-2013	Alumnos egresados 2011-2012	Alumnos titulados 2011-2012
1	Administración	176	39	22
2	Contaduría	0	15	0
3	Mercadotecnia	134	166	96
4	Turismo	29	8	0

Fuente: SEPH, 2013.

	Nivel maestrías	Alumnos inscritos 2012-2013	Alumnos egresados 2011-012	Alumnos titulados 2011-2012
1	Administración	322	88	48
2	Contaduría	50	22	2
3	Economía	27	6	2
4	Mercadotecnia	16	16	0
5	Turismo	33	7	0

Fuente: SEPH, 2013.

Características de la demanda para la maestría en Mercadotecnia en el estado de Hidalgo

Alumnos en UAEH-ICEA

La tabla 12 refleja el número de alumnos matriculados en el 2013 y 2014 en UAEH-ICEA, campus la Concepción, por licenciatura y período, observando un incremento en el número total de alumnos inscritos. En cuanto a mercadotecnia, el promedio de alumnos inscritos es de 764, lo que representa un potencial fuerte para la maestría en mercadotecnia, no dejando observar a las otras licenciaturas.

	Licenciatura	Alumnos Jul dic 2013	Alumnos Ene jun 2014	Alumnos Jul dic 2014
1	Administración	820	835	856
2	Comercio exterior	809	841	853
3	Contaduría	836	845	867
4	Economía	169	129	187
5	Mercadotecnia	763	751	778
6	Turismo	763	781	816
7	Gastronomía	799	836	834
	Total	4959	5018	5191

Fuente: Elaboración propia a partir de Quiroz (2015).

El número de alumnos egresados de UAEH-ICEA, en un análisis de 10 períodos escolares, permite determinar la demanda y demanda potencial donde en la primera se ubica a las licenciaturas como Comercio Exterior, Turismo, Administración y Economía. En cuanto a la demanda potencial, se observa a la licenciatura en Mercadotecnia y la de Administración con énfasis en mercadotecnia con 72 egresados en promedio por período escolar (ver tabla 13).

Período	Mercadotecnia	Comercio Exterior	Turismo	Admon. Total	Admon Enfasis MKT	Contaduría	Economía
2do Sem.09	67	96	69	116	21	121	28

1er Sem.10	60	55	40	61	9	71	15
2do Sem.10	59	57	46	75	10	73	16
1er Sem.11	59	57	52	62	9	64	8
2do Sem.11	62	53	55	63	12	73	12
1er Sem.12	66	56	55	67	20	60	0
2do Sem.12	63	64	61	64	15	67	12
1er Sem.13	61	51	58	64	9	51	0
2do Sem.13	59	65	50	64	10	55	15
1er Sem.14	38	52	23	45	0	55	0
Totales	594	606	509	681	115	690	106

Fuente: Elaboración propia a partir de UAEH (2015).

Análisis de resultados del estudio de la demanda actual y futura para la maestría en Mercadotecnia

En cuanto a los descriptivos, se identifica las edades y el sexo (ver tabla 14).

Edad	Cantidad	Sexo	
		Masculino	Femenino
21-23 77%	166		
24-26 20%	45	98	118
27-Mas 2.3%	5	Total	
Total	216	216	

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al análisis correlacional, se retoman los cuatro constructos: producto, precio, plaza y promoción, donde se realizaron los cruces de edad y sexo por cada variable estudiada.

En el análisis de los resultados de edad por producto se identifica que, del total de alumnos encuestados, 85.2% considera que los estudios de maestría son muy importantes para el desempeño profesional. Los que se encuentran entre los 21 y 23 años reflejan el 77% y, de 24 a 26 años, fue de 39 alumnos representando un 21% y, el rango de edad a más de 27, fueron 3 personas representando 1.6%. No obstante, el 11.6% del total lo consideran poco y los demás nada importantes.

Al respecto de estudiar una maestría relacionada a su carrera o a otra área de los alumnos encuestados, 136, correspondientes a un 62%, estudiarían una maestría relacionada con su área de conocimiento. De los mismos, en el rango de edad de 21-23, lo considero el 77.9%, los de 24-26 años el 20.6%, y de 27 y más, el 1.5%.

Referente a qué les interesaría más de una maestría, la tabla 15 refleja sus opiniones respecto a calidad educativa (programa), nivel educativo (profesores), estrategias de aprendizaje y programas inscritos en el CONACYT.

eDAD	Calidad educativa (programa)	Nivel educativo (profesores)	Estrategias de aprendizaje	Programas inscritos en el CONACYT	Total	%
21-23	65	35	42	4	146	67.6
24-26	20	10	10	16	56	26.0
27-más	2	2	2	8	14	6.4
TOTAL	87	47	54	28	216	—
%	40.3%	21.7%	25.0%	13.0%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los factores que les afectarían en tomar la decisión de realizar una maestría, los de la edad de 21 -23, consideraron en su mayoría lo económico, en seguida el tiempo y, por último, el interés personal. Y con respecto a la decisión de elegir las materias a estudiar en la maestría, la opinión en las edades de 21-23 y 24-26, representantes de un 90% sí les gustaría elegir las materias a tomar.

En el constructo de precio, se identificó que un 92%, en edades de 21-23 y 24-26, considera que el estudiar una maestría es una inversión y el 8% considera que es gasto. Los encuestados de las mismas edades estarían dispuestas a pagar de 10,000 a 13,000 pesos de forma semestral, considerándolo con el 58.3% de participación.

En el constructo de plaza, casi el 80% de los alumnos entrevistados en edades de 21-23 y 24-26, les gustaría la maestría de forma presencial y, en un 20%, virtual. Los días de preferencia son los viernes y sábados, en el caso del viernes, vespertino, y el sábado, matutino.

En el constructo promoción, casi el 70% de los alumnos entrevistados en edades de 21-23 y 24-26 desea la comunicación como medio el internet y solicitarían un descuento de un 30% a un 50%.

Referente al cruce de sexo por cada uno de los constructos, considerando las variables de la información recabada del total de la población estudiada, en cuanto a producto, arrojo que el 85% sostiene que es importante estudiar una maestría. De éstos, el 45% son del sexo masculino y 54% del sexo femenino.

El 63% de los alumnos encuestados manifiestan que sea relacionado. De estos, el 47% fueron del sexo masculino y 52% femenino. Del total, el 15.3% sostuvo que no fuese relacionada, de los cuales el 63% fueron mujeres, 36% hombres y el 21.3% considero que ambas; de éstos, fueron 25 de sexo femenino y 21 del masculino.

En referencia al interés por estudiar una maestría, manifestaron, del total, un 40.3% inclinándose por la calidad educativa, de los cuales 46% son del sexo masculino y el 54.0% del sexo femenino; el 21.3% sostuvo como razón el nivel educativo de los profesores, siendo el 54.3% del sexo masculino y el 45.7% del sexo femenino; el 25.0% se manifestó a favor de las estrategias de aprendizaje, con un 53.7% del sexo femenino y 46.3% del sexo masculino; en cuanto al interés por que los programas estén dentro del padrón de CONACYT, 13.4% lo estableció, siendo 72.4% mujeres y 27.6% hombres. Las causas que afectarían a tomar la decisión para estudiar la maestría que consideraron con mayor frecuencia es el tiempo de parte del sexo masculino y en lo económico el sexo femenino. En cuanto a si les gustaría tomar o que se les asignaran las materias, fue de manera equitativa tanto por parte del sexo femenino y masculino.

En el constructo de precio, con el cruce de sexo, se identificaron los siguientes resultados: el 93% de hombres y mujeres opinan que es una inversión tomar una maestría. El 59.3% de mujeres y hombres están dispuestos a pagar entre 10,000 pesos y 13,000 pesos semestrales por una maestría.

En cuanto al constructo de plaza, con el cruce de sexo, se identificó que del total de los encuestados, 49.5% prefiere realizar sus estudios de maestría en escuela particular y 50% en pública; en cuanto a los que prefieren particular, el 52.3% son de sexo femenino y 47.7% son de sexo masculino, estipulando que tienen mayor calidad; en cuanto a la pública, 43.5% lo consideraron los hombres y 56.5% las mujeres, sosteniendo como motivo que sea económica.

¿En qué institución haría sus estudios de maestría? El 50.5% los haría en la UAEH, con mayor participación el sexo femenino, en universidad particular el 35.2% siendo las mujeres con mayor ímpetu. El Instituto Tecnológico obtuvo 6.9%, con una tendencia mayor en hombres, y el 7.4% considerado por la mujeres.

En referencia a la modalidad del total de encuestados, el 57.9% estableció que presencial, considerando en un 61.3% de las mujeres encuestadas y 38.7% de hombres. En cuanto a la modalidad virtual, del total, el 22.9% lo manifestó, siendo el 51.02% mujeres y 48.8% hombres. En la modalidad mixta, el 19.2% lo sostiene, de los cuales 55.1% son mujeres y 44.9% el sexo masculino.

En cuanto a los días en que le gustaría estudiar la maestría, del total de encuestados, el 37.0% lo considero de lunes a viernes, siendo preferencia del 57.4% mujeres y 42.6% hombres; en referencia a los días viernes y sábados, lo consideraron el 63.0%, de los cuales son el 54.6% mujeres y 45.4% hombres.

El horario de preferencia de los alumnos encuestados para estudiar una maestría es el matutino, con un 42.6% de participación, siendo 45.9% mujeres y 46.4% hombres. Le sigue el turno vespertino, con un 38.9% de participación, siendo de su preferencia al 64.0% de hombres y 36.0% para las mujeres. En cuanto al turno nocturno, lo sostuvieron el 11.6%, siendo de la preferencia de los hombres con 53.3%. En cuanto a los que establecieron el turno mixto, sólo el 6.9% lo consideró, siendo de la preferencia del sexo masculino.

En referencia al constructo promoción, se manifestó que el medio por el cual les gustaría enterarse de la oferta de una maestría es principalmente por internet, ya que el 86.1% lo consideró, con 53.8% las mujeres y el 46.2% hombres; le siguen los impresos con 8.4%, siendo de éstos el 54.6% mujeres y 45.4% hombres; la radio mantuvo una aceptación del 3.2%, siendo de la preferencia de los hombres y, en cuanto a la televisión, sólo el 2.3%, identificando una preferencia de las mujeres con 77.8% y 22.2 el sexo masculino.

En cuanto a la promoción de descuento, el 53.7% se ubicó con mayor aceptación a la del 50% de descuento considerada por el 100% del sexo femenino; en subsecuente, la del descuento del 35%, siendo de mayor aceptación de parte de las mujeres con 56.3%, en comparación con el 43.7 de los hombres. La promoción del 20% de descuento la prefirieron sólo el 12.5% del total de alumnos encuestados, identificando que dos mujeres encuestadas no contestaron la pregunta, reflejando ser el .09% del total.

En cuanto a la maestría que estaría dispuesto a cursar inmediatamente después de estudiar la licenciatura (ver tabla 16):

Tabla 16. Porcentaje de aceptación por tipo de maestría a cursar				
Maestría	Núm. de aceptaciones	% de aceptación	Masculino	Femenino
Mercadotecnia	54	25.0%	44.4%	55.6%
Administración	43	19.9%	41.9%	58.1%
Contaduría	34	15.7%	50.0%	50.0%
Comercio exterior	33	15.3%	48.5%	51.5%
Turismo	32	14.8%	43.8%	56.3%
Otra	20	9.3%	45.0%	55.0%

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

En referencia al análisis documental, se determina que existen alumnos egresados, titulados de nivel licenciatura en el área de Mercadotecnia, como demanda para ingresar a posgrados. Tan sólo la SEPH, en el 2013, publicó que en el período escolar 2011- 2012 hay 284 del área de mercadotecnia. Asimismo, señala que hay sólo 15 programas académicos de nivel maestría en el estado de Hidalgo, pertenecientes al área económico administrativa.

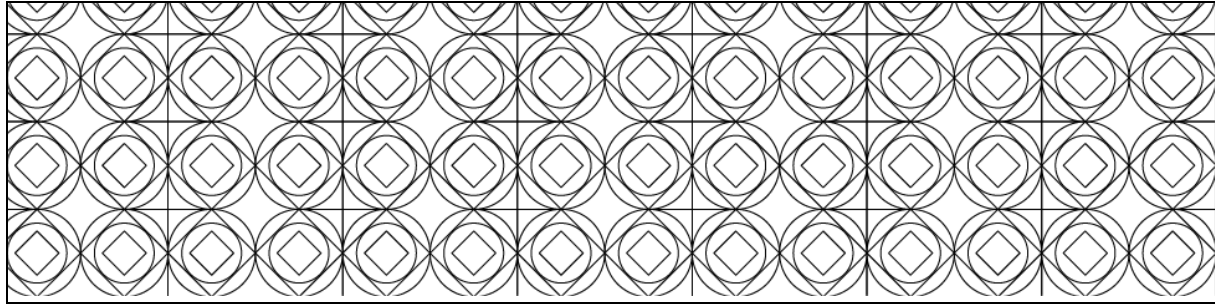
Realizando investigación concluyente, con un segmento de 216 alumnos del área económico administrativas, a manera de dar respuesta a la hipótesis planteada, se determina que se rechaza, ya que únicamente el 25% de los alumnos encuestados sostuvo el interés por estudiar una maestría en el área del conocimiento de Mercadotecnia, en el Instituto de ciencias económico administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

No obstante, existe un interés de alumnos de otras áreas por cursar la maestría en mercadotecnia, reflejándose un 25.6% de demanda de otras carreras.

La investigación reflejó que la población encuestada tiende a realizar estudios de posgrado con características de programas de calidad, horarios y costos accesibles, que se oferten de manera presencial y, la vía de comunicación con mayor aceptación para que se enteren de la apertura, fue el internet.

Referencia bibliográfica

- CASILLAS, J. HANEL, JORGE. (2007). La Creación de Estudios de Posgrado, ponencia presentada a la XVI Asamblea General Ordinaria de la ANUIES.
- INEGI (2010). Resultados definitivos del Censo de Población y Vivienda 2010. México. Retomado de www.censo2010.org.mx
- INEGI (2011). México, un país de jóvenes. Informativo oportuno. Conociéndonos todos. Volumen 1, Número 1. Retomado de <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/Articulos/sociodemograficas/mexico-jovenes.pdf>
- INEGI (2013). Anuario de estadísticas por entidad federativa 2012. Autor. México. Retomado de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/aepef/2012/Aepef2012.pdf
- INEGI (2014a). Hidalgo Territorio, División Municipal. Cuéntame Información por entidad. Retomado de: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/hgo/territorio/default.aspx?tema=me&e=13>
- INEGI (2014b). Hidalgo Territorio, Superficie. Cuéntame Información por entidad. Retomado de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/hgo/territorio/default.aspx?tema=me&e=13>
- INEGI, (2014c). Información por entidad. Población Hidalgo, Número de habitantes. CUÉNTAME. INEGI. Retomado de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/hgo/poblacion/default.aspx?tema=me>
- KOTLER, P; CÁMARA, D; GRANDE, I Y CRUZ, I, (2007) Dirección de Marketing. Prentice Hall, Nueva Jersey.
- MANKIW, G. (2007). Principios de Economía. España: Thomson.
- QUINTANA, R; PAREDES, D. Y SANDOVAL A. (2014) Estudio de factibilidad financiera en una empresa maquiladora de plántulas de sandía en el valle del yaqui. Global Conference on Business and Finance Proceedings. Volume 9. No 1. Retomado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=43528381-b451-4ed6-a2f0-e4bb083dc7fe%40sessionmgr111&hid=117>
- QUIROZ, J. (2015). Base de datos de control escolar ICEA
- SEPH (2013). Publicación Estadística Básica Educativa. Inicio de Cursos 2012-2013. Autor retomado de http://www.hgo.sep.gob.mx/content/estadística_basica/Publicacion%20Estadística%20Básica%20Educativa%20Inicio%20de%20Cursos%202012-2013.pdf
- SEPH (2013a). Oferta Educativa Ies particulares. Instituciones Particulares de Educación Superior, No 56. Retomado de <http://www.hgo.sep.gob.mx/dges/images/archivos/ofertaedu/oferta%20educativa%20ies%20particulares.pdf>
- SEPH, (2013b). Oferta Educativa Educación Superior Pública. SEPH, Retomado de <http://www.hgo.sep.gob.mx/dges/images/Archivos/ofertaedu/OFERTA%20EDUCATIVA%20IES%20PUBLICAS.pdf>
- SEPH, (2014). Oferta Educativa Educación Superior Pública Ciclo Escolar Inicio 2013-2014. Oferta Educativa en Instituciones Públicas. Retomado de <http://www.hgo.sep.gob.mx/content/acercasuperior/dges/ofertainstitucionespublicas.html>
- SEPH, (2015). Publicación Estadística Básica Educativa. Educación Superior Estatal. Estadística Básica Inicio de Cursos 2014-2015 retomado de http://sep.hidalgo.gob.mx/content/estadística_basica/Publicacion_Estad%3%ADstica_Educativa_Inicio_Cursos_2014-2015.pdf
- UAEH UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO (2014a), Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA). Antecedentes. Retomado de <http://www.uaeh.edu.mx/campus/icea/antecedentes.html>
- UAEH UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO (2014b), Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA). Misión. Retomado de <http://www.uaeh.edu.mx/campus/icea/mision.html>
- UAEH UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO (2014c). Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA). Oferta. Retomado de <http://www.uaeh.edu.mx/campus/icea/oferta.html>
- UAEH. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO (2014d). Trayectoria escolar, concentrado de la eficiencia terminal, ICEA al 13/02 Estadísticas institucionales. Retomado de <http://200.34.44.4/planeacion/index.php/estainst?id=54>
- UAEH (2015). Información para el estudio de Trayectorias Escolares, Instituto de Ciencias Económico Administrativas. Retomado de <http://200.34.44.4/planeacion/index.php/estainst?id=54>



Implicaciones institucionales y culturales en el análisis de la internacionalización de las empresas multinacionales

JOSÉ G. VARGAS HERNÁNDEZ

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar algunas de las implicaciones institucionales y culturales en los análisis de internacionalización de las firmas multinacionales. El análisis inicia preguntando cuáles son las principales variables institucionales y culturales consideradas en el involucramiento de la internacionalización de las firmas multinacionales. Para contestar esta pregunta, primeramente se revisa la literatura sobre la internacionalización de las firmas basadas en los marcos de referencia institucional y cultural para encontrar las principales tendencias en la investigación. Segundo, estas variables institucionales y culturales son analizadas para integrar los hallazgos. Finalmente, se discute y se concluye en la necesidad para diseñar un mejor balance institucional y cultural entre el desarrollo de una transformación, convergencia y gobernanza local-regional.

Introducción

Para aprovechar las ventajas de la economía global, las empresas multinacionales deben aprender a manejar una amplia variedad de relaciones institucionales, organizacionales, gubernamentales, etc. Entre otras variables institucionales, algunos académicos han referido a la mala infraestructura, la falta de capacidad institucional del Gobierno y un adecuado ambiente favorable de negocios como los desafíos que plantea a las empresas multinacionales que pueden convertirse en parte de la solución y que contribuya a la prosperidad de la sociedad en las economías en desarrollo (Peinado-Vara, 2005).

En cuanto a algunas de las variables culturales que tienen algunos efectos en el desempeño de las empresas multinacionales, los estudiosos han propuesto algunas perspectivas estáticas y dicotómicas sobre la base de algunas de las variables demográficas y las dimensiones culturales.

El enfoque centrado en el mercado, el institucionalismo, el enfoque cultural y la teoría basada en los recursos son los marcos teóricos que se pueden utilizar como un enfoque teórico integral para explicar los procesos de internacionalización de nuevas empresas multinacionales y grupos empresariales. Aquí, en este trabajo, se analizan algunas variables institucionales, como los flujos de salida de inversión extranjera directa, la influencia de las políticas gubernamentales, los arreglos institucionales gubernamentales, etc. Teniendo en cuenta algunos de los hallazgos de la literatura revisada sobre el institucionalismo y la cultura, en este trabajo se centra el análisis sobre las implicaciones de capital intangible, el aprendizaje y la innovación en las empresas multinacionales.

Más tarde, este trabajo explora un enfoque más dinámico y multifactorial de la cultura organizacional para explicar la complejidad de los equipos multiculturalmente distribuidos y los

factores contextuales sobre el rendimiento de las empresas multinacionales. Al hacerlo, el documento examina la participación de la cultura organizacional en los procesos de internacionalización de las empresas multinacionales centradas en alianzas estratégicas y empresas de inversiones conjuntas en riesgo compartido y la creación de una tercera cultura de estilos de dirección y liderazgo.

Una de las orientaciones más importantes que las empresas multinacionales tienen que enfrentar cuando se toman decisiones para competir en las economías extranjeras, se basa en las implicaciones de la cultura local-global de la estrategia de responsabilidad social corporativa.

Por último, este documento también discute y avanza algunas conclusiones sobre la base de la tendencia hacia el desarrollo de una transformación institucional y cultural glocal-regional, la convergencia y la gobernanza.

Marco de referencia institucional

Los enfoques del institucionalismo y de economía evolutiva consideran a las empresas como agentes económicos dinámicos de redes institucionales económicas y sociales. Se utilizan modelos institucionales para explicar la inversión extranjera directa (IED) de las economías emergentes. En el período posterior a la globalización, las empresas multinacionales se enfrentan a fuertes mecanismos institucionales, tales como reducir los costos de inversión en el extranjero, y otros incentivos. Estas medidas necesarias son disposiciones institucionales y jurídicas centradas alrededor de las leyes de inversión extranjera y para garantizar un mecanismo de tipo de cambio competitivo y estable.

La modernización del sistema económico institucional de cualquier país alienta las entradas de inversión extranjera directa y también los flujos de salidas hacia el exterior. Se ha asumido que las inversiones extranjeras deben ser muy sensibles a las diferencias locales en el clima de inversión, acuerdos financieros institucionales, las tasas de rendimiento, los impuestos, otras regulaciones y costos laborales. La influencia de las políticas gubernamentales y otros factores institucionales, tales como las instituciones académicas, de investigación y financieras, son importantes, así como las estructuras de apoyo y los vínculos de las redes para facilitar la confianza, la cooperación y la coordinación entre los empresarios.

Los arreglos institucionales gubernamentales débiles y los ajustes difícilmente pueden proporcionar estabilidad en ambientes frágiles, pero pueden ser compensados por otras organizaciones, tales como empresas privadas. Ante el débil entorno institucional, la experiencia previa de las nuevas empresas multinacionales en las economías emergentes es crucial en el desarrollo de las capacidades para competir en los mercados extranjeros. Las nuevas empresas multinacionales surgen en las economías menos desarrolladas, donde los entornos institucionales, legales y políticos son débiles. Esta situación puede ser una de las razones por las que los inversores institucionales mantienen una exposición en pesos y diversifican el riesgo crediticio de sus carteras de distancia de los emisores, el Gobierno Federal y las grandes corporaciones mexicanas.

Capital intangible, aprendizaje e innovación

Las empresas multinacionales tienen algunas ventajas específicas en la propiedad de los activos intangibles y la gobernanza común de operaciones de valor añadido transfronterizas, la internalización de las capacidades dinámicas de gestión, organizativas e institucionales de la firma y la localización en un mercado extranjero en particular. Las empresas multinacionales de las economías emergentes están adoptando capital intangible y blando o ligero, tales como las técnicas y habilidades de gestión y organización como activos específicos de propiedad de la firma, además de las ventajas institucionales internalizadas específicas del país de origen para ser utilizadas a través de las fronteras.

Las actividades críticas del conocimiento y la innovación tienden a ser retenidas en los países de origen a pesar de los procesos de globalización en curso. Las marcas globales promovidas por las empresas multinacionales en los mercados mundiales pueden aprovechar las afinidades con marcas nacionales mediante la inducción de una imagen positiva sobre la base de las culturas nacionales. Las empresas multinacionales identifican el conocimiento global relevante para la gestión a través de las fronteras nacionales, a pesar de los valores arraigados en las

culturas nacionales que empujan para el conocimiento y la experiencia operacionalizada con adaptación local (Sparrow et al., 2004:110). Los estilos de gestión que tienen diferentes antecedentes en términos de culturas nacionales pueden dar lugar a la aparición de una tercera cultura y redefinir las relaciones de intercambio (Pothukuchi et al., 2002; Rodríguez y Wilson, 2002).

En el contexto global y transnacional, las estructuras de aprendizaje transnacionales son relevantes para los resultados globales de aprendizaje relacionados con la asignación de tareas y la generación colaborativa de conocimiento de la organización entre los comités formados, grupos de proyecto, desarrollo y difusión de las políticas y capacidades nacionales y mundiales, capturar y compartir la cultura organizacional global y las mejores prácticas. Estructuras de aprendizaje transnacionales a través de la política mundial, la cultura global y las mejores prácticas, pueden contribuir a la integración mundial mediante mecanismos basados de una persona a otra (Sparrow et al., 2004).

Una forma de conocimiento organizacional embebido y tácito es el conocimiento cultivado con base en las suposiciones, creencias y normas de prácticas organizativas, determinado por las prioridades de la globalización. Las variaciones en los conocimientos cultivados en las empresas multinacionales son altas a través de las fronteras en diferentes contextos nacionales. Las culturas nacionales afectan el intercambio de conocimientos (Simonin, 1999; Yoo y Torrey, 2002). Como mecanismo, la socialización del conocimiento cultivado facilita la comunicación y la comprensión compartida a través de salir a la superficie de las normas y supuestos (Senge, 1990). Como ejemplo, el conocimiento cultivado integrado se puede acceder a través de las conexiones de la red social creada por las relaciones de los expatriados (Nohria y Ghoshal, 1997: 158).

Los factores y fuerzas institucionales explican cómo las firmas multinacionales organizan sus actividades de conocimiento e innovación. El entorno institucional y contingencias organizativas influyen en las estructuras de aprendizaje de las empresas multinacionales que operan a través de fronteras nacionales. Las estructuras de aprendizaje transnacionales son más significativas para difundir el desarrollo de conocimientos, mejores prácticas, competencias básicas, desarrollo de una cultura organizacional global y, en menor medida, la adaptación de la política global (Tregaskis, Edwards, Edwards, Ferner y Marginson, 2010).

El contexto institucional desempeña un papel importante en la conformación de las conductas de aprendizaje organizacional de las empresas multinacionales. El aprendizaje organizacional, como proceso dinámico del conocimiento individual, se mueve a través de estructuras de aprendizaje con el conocimiento de lo individual, grupal y organizacional capturado dentro de los procesos de la organización, las competencias y la cultura (Huber, 1991).

El análisis del comportamiento de aprendizaje en las empresas multinacionales se incrusta en su contexto institucional nacional y en las contingencias organizativas enmarcadas por las teorías institucionales y de aprendizaje para explicar las estructuras de aprendizaje a través de las fronteras nacionales. Las estructuras de aprendizaje social transnacional son un conjunto de estructuras intra-organizacionales entre países sobre la base de la interacción social que apoyan el aprendizaje asociado con el desarrollo y la difusión de las políticas globales, las competencias y la cultura de la organización y las mejores prácticas y el know-how (Tregaskis, Edwards, Edwards, Ferner y Marginson, 2010).

Las fuerzas institucionales arraigadas desempeñan un papel crucial en las estructuras de soporte de aprendizaje y las interacciones con los procesos de aprendizaje (Lundvall, 1999). Tregaskis, Edwards, Edwards, Ferner y Marginson (2010) encontraron que la interacción entre los contextos institucionales y de nivel de los contextos de la firma, ofrece explicaciones de las estructuras de aprendizaje utilizadas por las filiales de las empresas multinacionales. Las capacidades de negocios en el nivel de las empresas y los arreglos institucionales son importantes en los procesos de aprendizaje de varios niveles transnacionales.

Las estructuras de los sistemas nacionales de conocimiento y la innovación proporcionan continuas interacciones entre las empresas multinacionales y los entornos institucionales. Las empresas multinacionales tienen más probabilidades de adoptar sistemas nacionales de innovación para los mercados de trabajo locales en los países de acogida que comparten mecanismos institucionales similares (Guerrieri y Tylecote, 1997) y la especialización tecnológica (Pearce y Papanasatassiou, 1999). Los sistemas empresariales y de innovación nacionales están relacionados con las fuerzas institucionales nacionales que conforman los sistemas de cualificación de habilidades y especialización tecnológica requerida por el mercado de trabajo local, que también tienen un impacto en los sistemas de aprendizaje transnacionales de las empresas multinacionales.

Las estructuras de apoyo institucional y de infraestructura, así como las organizaciones intermediarias que proporcionan los recursos, transferencias de tecnología, financiación, etc., facilitan los procesos de innovación basados en el aprendizaje y los procesos de conocimiento adquirido en la ocurrencia de derrames y externalidades (Doner, 2001, y Aoki, 2001). Los efectos de contagio, derrame o externalidades han sido conceptualizados estrechamente y por siempre en relación con las empresas multinacionales, sin tener en cuenta los esfuerzos de las empresas locales y los factores de apoyo dentro de los sistemas nacionales de innovación, la infraestructura sistémica y los sistemas de apoyo institucional.

La ocurrencia de externalidades en derrames también depende de la capacidad de absorción, el apoyo de las estructuras institucionales, el comercio y las interacciones, estructura de propiedad, tamaño de la empresa, el rendimiento, etc., además de la presencia de las empresas multinacionales y la inversión extranjera directa.

El marco de referencia alternativo sugerido para el análisis complejo de la ocurrencia de los desbordamientos es un modelo endógeno, evolutivo e institucional que se acerca a las firmas incrustadas de forma dinámica y de cambio en las redes institucionales económico-sociales desde las perspectivas de conglomerados, redes dinámicas y marcos de referencia de innovación tecnológica.

La cultura tiene un efecto significativo en la transferencia de conocimiento (Sarker, 2005). Las empresas con diverso conocimiento experimental internacional son más propensas a desarrollar e institucionalizar las capacidades dinámicas tales como las rutinas de transferencia de conocimiento. Equipos distribuidos globalmente comparten el conocimiento organizacional como resultado de las personas que aprenden las diferentes culturas y las normas y creencias divergentes. La cultura de los equipos tiene un efecto significativo en la transferencia de conocimiento (Sarker, 2005).

Las personas centradas en los valores culturales individualistas son percibidas como las que realizan la transferencia de más conocimiento que los individuos de la cultura colectivista. Las rutinas de transferencia del conocimiento requieren ser el desarrollo y la institucionalización de la transferencia efectiva del conocimiento (Dyer & Kale, 2007). La capacidad empresarial organizada está relacionada con las habilidades o los conocimientos técnicos necesarios para operar en las condiciones institucionales peculiares de los países menos desarrollados (Caves, 1996; Lall, 1983; Lecraw, 1993).

También es importante analizar las diversas perspectivas sobre la difusión y transferencia de prácticas administrativas (Rogers, 1995) el discurso de la gestión, (Barley and Kunda, 1992) y de la cultura nacional, de organización y de gestión (Hofstede, 2001; Trompenaars y Hampden-Turner, 1997).

Marco de referencia cultural

La cultura se define desde el punto de vista de las diferentes perspectivas (Jenks, 1993; Stohl, 2001; Ting-Toomey, 1999). La cultura se define como las formas modeladas de pensar, sentir y reaccionar, que ambas culturas nacionales y profesionales entran en juego (Gibson y Gibbs, 2006: 114). La cultura es un conjunto de valores compartidos por un grupo de personas y se utiliza con frecuencia para distinguir un grupo de otro (Gibson y Gibbs, 2006: 284). La cultura es el conjunto de valores de nivel de profundidad asociados a la eficacia social, compartida por un grupo identificable de personas (p. 474).

La cultura incluye sistemas de valores; y los valores se encuentran entre los componentes básicos de la cultura (Hofstede, 1984: 21). La cultura se asocia con una unidad en la cual los miembros comparten un conjunto común de elementos-supuestos y visiones del mundo, valores, normas de comportamiento, patrones de actividades y artefactos materiales (Rousseau, 1990: 160).

La cultura infunde significado e identidad en las prácticas y actividades que son regidas por las organizaciones e instituciones. La cultura es una historia de experiencias y expectativas concomitantes que determinan sus encuentros (Gibson y Gibbs, 2006: 37). La cultura es ampliamente definida como modos característicos de pensar, sentir y comportarse compartidos entre los miembros de un grupo identificable (Gibson y Gibbs, 2006: 460).

La conceptualización de la cultura puede incluir múltiples nacionalidades, las características demográficas, múltiples equipos y culturas organizacionales. La cultura es una construcción de múltiples capas que incluye varios marcadores tales como la nacionalidad y la ciudadanía, la cultura nacional, la etnia, la religión, el idioma, etc. la conceptualización de la cultura está

relacionada con la relevancia y cómo es la forma consecucional (Brannen, 2003; Osland & Bird, 2000). La cultura tiene una naturaleza compleja y multifacética (Erez y Gati, 2004), modela como un mosaico cultural (Chao and Moon, 2005) sugiriendo un patrón complejo de aspectos geográficos, demográficos, etnográficos y asociativas que conforman la identidad cultural de un individuo.

La cultura ha sido investigada en términos de puntos de vista unidimensionales y estáticos de la nacionalidad, el género y la raza. Es necesario explorar más allá de esta perspectiva estática y dicotómica para avanzar hacia un acercamiento multivariable más dinámico de la cultura y la distribución para explicar las complejidades de los procesos culturales y los resultados de los equipos multinacionales y multiculturales distribuidos.

El desarrollo del grupo intercultural está influido por las múltiples culturas y subculturas en distribución dinámica del equipo, procesos y resultados. El modelo de las dimensiones culturales presentados por Hofstede (1980) proporciona soporte para el estudio de los procesos culturales del equipo intercultural, en particular la dimensión individualismo-colectivismo (Sarker, 2005). El proyecto cultural GLOBE, como un marco teórico sobre la cultura, identifica las dimensiones nacionales culturales de distancia de poder, el colectivismo en grupo, la evitación de la incertidumbre, la orientación al rendimiento, orientación y el igualitarismo de género. La evitación de la incertidumbre es el grado en que los miembros de una cultura tienen la sensación de estar amenazados por situaciones inciertas o desconocidas (Hofstede, 1991: 113).

Triandis (1995) estudió las diferentes dimensiones culturales y encontró que el individualismo-colectivismo es la clave para entender los valores, las normas, los comportamientos, etc. (Sarker, 2005, 19). Hofstede (1980) encontró que la dimensión cultural con orientación individualista a la cultura mexicana alcanzó un puntaje de 30, mientras que las culturas de los Estados Unidos obtuvieron 91, el más alto en la dimensión individualista.

La adaptabilidad organizacional puede ser alta para las nuevas empresas multinacionales debido a su escasa presencia internacional, y baja para las empresas multinacionales más tradicionales debido a su estructura y cultura organizacionales arraigadas (Guillén y García-Canal, 2009). Contrario a las firmas multinacionales tradicionales de las economías desarrolladas, las nuevas empresas multinacionales se originaron en economías emergentes y son más dinámicas y alejado de la dependencia de la trayectoria sin una cultura, valores y estructuras organizacionales profundamente arraigadas.

La cultura nacional ha sido descrita por Hofstede (1980) como el software de la mente, para explicar los diferentes comportamientos y lógicas de las personas. La cultura nacional tiene un impacto en los valores del trabajo y otros factores sociales que influyen en el comportamiento organizacional (Rousseau y Schalk, 2000). La cultura nacional es la programación colectiva de la mente que distingue a los miembros de un grupo humano o categoría de personas de otra (Hofstede, 1991: 5). La cultura TMT construida se evalúa a través de una versión simplificada de la Kilmann-Saxton Encuesta Cultura Gap (Kilmann y Saxton, 1983) que mide las normas de comportamiento y de funcionamiento como descripciones de lo que realmente sucede en el grupo.

La cultura nacional está relacionada con la comunicación, la confianza y el contexto en que se encuentra en las dimensiones de Hofstede. Cultura puede construirse como barreras que dividen los individuos. Las personas de diferentes nacionalidades tienen diferentes orientaciones culturales. Creencias culturalmente arraigadas a lo francés y estadounidense sobre los modelos y prácticas empresariales contradicen y rechazan ciertos aspectos del conocimiento en poder del "otro" (Baba et al. 2004: 573).

Las dimensiones culturales representadas por Hofstede (1980) pueden explicar las diferencias culturales y las sutilezas de la cultura entre las personas de diferentes naciones-Estado, por lo que la nacionalidad es un indicador de la cultura. Rao (2009) examina las dimensiones de la cultura nacional que influye en las prácticas de dotación de personal en México y analiza las dimensiones culturales nacionales que adoptan las estrategias de equivalencias normativas para identificar el establecimiento de relaciones con las estrategias de respuesta a la encuesta y su significado. También identifica las dimensiones culturales de la cultura mexicana como predictores de prácticas de dotación de personal más frecuentes asociadas con, y se propone un modelo para las prácticas de dotación de personal relacionados con las dimensiones culturales.

La distancia cultural presenta dos fronteras, la distancia y la cultura que presenta discontinuidades críticas para administrar la eficacia de contextos organizacionales globales (Cogburn y Levinson, 2003; Watson-Manheim, Chudoba, y Crowston, 2002), y las limitaciones que deben superarse (Yuan & Gay, 2006). La distancia a las culturas nacionales puede dar lugar a los socios con relaciones de mayor duración que los socios con las culturas nacionales de

estrecha distancia (Park and Ungson, 1997 y Pangarkar and Klein, 2001).

La distancia es también un liderazgo y construcción de confianza con desafíos para los equipos multiculturales multinacionales distribuidos (Oertig y Buegri, 2006) y complica los procesos y resultados (Cogburn y Levinson, 2003) con distribuciones en entornos de aprendizaje (Zakaria y colegas, 2004) con distribución temporal y espacial del intercambio de conocimientos que comparten la misma cultura. La temporalidad considera el tiempo como ligado a la cultura y a las etapas relacionadas a los miembros multiculturales y multinacionales distribuidos. El tiempo, como unido a la cultura, se define en los antecedentes culturales (Saunders et al., 2004) por el tiempo de conexión de un individuo que depende de las interacciones con las organizaciones y la sociedad.

Esta tercera nueva cultura es más incluyente que las dos culturas originales, ya que comparte una comunidad de valores, costumbres, actitudes, significados y acciones (Adler, 1980; Casmir, 1993; Starosta y Olorunnisola, 1992; Shuter, 1983; Broome, 1993; Kumar y Andersen, 2000). La tercera cultura emergente es la síntesis de los elementos y componentes combinados de las dos culturas organizacionales que se fusionan. La tercera cultura emergente puede ser híbrida, ya que los elementos culturales y los componentes para ser reunidos, fusionados en forma asimilada o adaptada puede ser negociados.

Las cuestiones estratégicas se ven afectadas por las cogniciones, motivaciones de quienes toman las decisiones y los significados están condicionadas a los rasgos y características de la personalidad en las empresas centralizadas y la cultura organizacional en empresas descentralizadas (Dutton y Jackson, 1987, Kets de Vries y Miller 1986). El desarrollo de una base común de la cultura organizacional se fundamenta más en las competencias individuales que en las diferencias de las tradiciones administrativas y culturas nacionales (Chi Cui et al., 2002, Dollinger y Danis, 1998).

La cultura corporativa se crea o se reformó en un corto período de tiempo para transformar los valores y promover el cambio organizacional en los entornos de las empresas multinacionales, como por ejemplo en el caso de TRW (Ashton, 2002, a b). Para crear la cultura corporativa de TRW, se utilizan incentivos de compensación y beneficios, la comunicación interna, el trabajo en equipo y desarrollo de los empleados. La tercera cultura emergente es el resultado de los gestores de las contribuciones de entrada.

Pérez Chavarría (2001) analiza la creación de significados comunes en la cultura. A través de la comunicación formal en una empresa mexicana Multinacional (CEMEX). Pérez Chavarría (2001), ha estudiado la forma en que la cultura organizacional se comunica formalmente en una empresa Mexicana multinacional, Cementos Mexicanos (CEMEX), asumiendo que la cultura organizacional se compone esencialmente de sustancias y formas culturales (Trice y Beyer, 1993; Bantz, 1993) para llegar a la inferencia de significados que se pueden tomar como base o apoyo de su cultura.

La inteligencia cultural es la capacidad que tiene una persona para adaptarse a nuevas culturas y ser eficaz para servir de puentes a las actividades y los problemas entre dos o más culturas. Los hallazgos reflejan una posible interpretación de la cultura que sostiene la realidad simbólica de la organización.

Dávila, Pérez y Habermann (2005, 2001) utiliza la teoría de la cultura organizacional para analizar los supuestos básicos, los valores compartidos y los comportamientos de los miembros de la organización en una filial de una multinacional mexicana. La cultura afecta la forma en que la información, y el conocimiento se transporta y se aprende (Gibson y Gibbs, 2006: 17) bajo el supuesto de que los beneficios económicos de la división del trabajo, la diferenciación y la eficiencia colectiva en empresas de un sector cluster entre unos y otros desarrollando conocimientos especializados reforzados a través de una cultura organizativa común (Young, 1928).

Los individuos forman subculturas basadas en la dispersión de membresía y las interacciones de quienes están colocados de las normas y culturas. Las subculturas en las organizaciones interculturales surgen basadas en la nacionalidad y la toma de decisiones participativa y desarrollo de las culturas nacionales compartidos (Sagie y Aycan, 2003). Así, dos subculturas se identifican como parte de la multinacional, cada una con sistemas congruentes de supuestos y valores, aunque los patrones culturales sean opuestos.

La cultura nacional se refiere a la eficacia del equipo distribuido, pero es menos relevante en situaciones de desarrollo rápido de confianza (Jarvenpaa, et al. 1998). Las diferencias culturales entre las personas de diferentes nacionalidades que son evaluadas por la dimensión cultural (Hofstede, 1980) pueden afectar los procesos y resultados de eficacia del equipo. Las diferencias culturales se conciben como las ideologías y actitudes que influyen en la confianza

de equipos diferenciados multiculturales, multinacionales (Cogburn y Levinson, 2003). Baba et al. (2004) utiliza este marco de referencia sobre la base de las diferencias culturales para sostener la etnohistoria de los equipos virtuales globales.

Diferencias culturales individuales configuran el desarrollo de una tercera cultura en beneficio de relaciones como un proceso interactivo mutuo (Shuter, 1983, Casmir, 1993) de acciones e interacciones comunicativas comunes (Cronen y Shuter, 1983).

El capital inter cultural de los miembros individuales es esencial para los procesos y resultados (Paul et al., 2005) de los equipos virtuales globales. Los equipos virtuales estudiados por Kayworth y Leidner (2001-2002), en Francia, Estados Unidos y México, basados en la nacionalidad como un índice de cultura para analizar múltiples culturas. En un entorno de múltiples culturas, la nacionalidad de la cultura es la base de un índice de las culturas de los miembros (Oertig y Buegri, 2006).

Las culturas nacionales influyen en la cultura organizacional en relación con los equipos (Lee & Barnett, 1997; Lindsley, 1999). La cultura organizacional y la cultura de equipo son dos variables relacionadas. La cultura del equipo de alta dirección es centrada en las diferencias culturales que residen en su mayoría en las prácticas, y menos en los valores (Hofstede, 1991: 182). La dimensión del individualismo puede ser usado para explicar un contexto de equipo distribuido. En la formación de los vínculos de la red del equipo, las variables socio contextuales son más importantes que la raza y el sexo (Yuan y Gay, 2006).

En los equipos virtuales, la dimensión individualismo-colectivismo es una dimensión importante de la cultura, ya que refleja el grado en que los miembros se inclinan hacia el trabajo en equipo y queda abierto a acoger opiniones de los demás (Paul et al. 2005: 190). Sin embargo, Ancona (1987) sostiene que la dimensión individualismo-colectivismo que los miembros del equipo de los diferentes estados nacionales también son influenciados por el contexto cultural en el que se dedican a lo que confirma que la cultura es una dimensión dinámica y fluida.

La clasificación rígida basada en la naturaleza de las culturas nacionales no explica los movimientos y traslados de poblaciones. Una orientación colectivista mejora la colaboración. La familia, la comunidad, los gobiernos y las empresas son instituciones en una cultura colectivista. La orientación cultural de colaboración está influenciada por una cultura más orientada al colectivo (Paul et al., 2005). Estos indicadores culturales pueden explicar las decisiones de las distribuciones de ubicación de las empresas multinacionales.

Los equipos distribuidos multiculturales multinacionales implican la consecuencialidad de la cultura que presenta algunos otros problemas adicionales (Kayworth y Leidner, 2002). La visión multifacética de la cultura influencia los procesos y resultados en la complejidad de los equipos distribuidos. Los equipos distribuidos multiculturales, multinacionales, tienen dos capas de complejidad a los posibles influencias, lo multinacional y multicultural y la distribución que tienen en los procesos y resultados. La complejidad de los equipos distribuidos parciales y totales se relacionan con la complejidad de las culturas nacionales y subculturas en función de las ubicaciones (Orbe, 1996).

El equipo distribuido multinacional y multicultural se centra en la faceta geográfica para enmarcar las diferencias culturales nacionales al equiparar la nacionalidad y la cultura. Este enfoque deja de lado la multiplicidad dinámica de la cultura. La composición del equipo es un factor importante para los equipos distribuidos multiculturales multinacionales. Cuando los miembros de un equipo distribuido multinacional y multicultural entienden las creencias de otras nacionalidades (Baba et al., 2004), son eficaces para compartir el conocimiento. Sin embargo, Goodwin y Halpin (2006) encontraron resistencia en equipos multinacionales y multiculturales distribuidos para el desarrollo de una cultura donde hay varias culturas pre-existentes.

El papel de la distribución y de la cultura de los individuos tiene influencia sobre los procesos y resultados del equipo. Equipos distribuidos multiculturales multinacionales influyen en los procesos de organización y resultados. Múltiples culturas y subculturas surgen en equipos distribuidos. Las múltiples culturas nacionales y subculturas tienen influencia en las decisiones de los equipos distribuidos multinacionales (Oetzel, 1998).

Las multiplicidades de la cultura y las variaciones en la distribución están relacionadas con las múltiples culturas del equipo y culturas organizacionales. Las subculturas como parte de una más grande cultura de la organización afectan a los procesos y resultados del equipo, cuando se produce en el nivel de equipo (Workman, 2005). A pesar de que los subgrupos forman subculturas que se suman a la cultura más grande del equipo multinacional multicultural distribuido, una cultura está más allá de cara a cara del equipo.

Diversos equipos distribuidos multiculturales multinacionales se han convertido en la norma prevalente en contextos organizacionales de las empresas y los gobiernos (Rasters, Vissers, y Dankbear, 2002, Wright y Drewery, 2006). Equipos distribuidos multiculturales multinacionales pueden tener diferentes propósitos: para llevar a cabo la investigación futura (Maruping y Agarwal, 2004), para asesorar a las recomendaciones prácticas (Harvey et al., 2005). Los miembros del equipo pueden trabajar y llevar a cabo con eficacia, a través de las principales diferencias de la zona horaria, a través de unidades de negocio internas, y en todas las culturas (Chudoba, Wynn, Lu, y Watson-Manheim, 2005: 280).

Cultura abarca las diferencias nacionales amplias para incluir características étnicas, genéticas, raciales, de género, religión, asociaciones y colectividades, y otras características demográficas. Además de la cultura nacional, Paul et al. (2005) se han centrado en los marcadores de la cultura para examinar la diversidad cultural y los antecedentes culturales y encontró que más diversos equipos desarrollan un estilo de gestión de conflictos de mayor colaboración. La cultura crea diferencias en los comportamientos de grupo y la comunicación. La diversidad cultural está representada por diferencias en los antecedentes, la vida, las filosofías, las normas, la identidad social, el lenguaje, etcétera.

La cultura puede ser vista como el grado de heterogeneidad y diversidad entre los miembros del equipo. Chao and Moon (2005) con base en la loseta demográfica se acerca a la diversidad cultural y la heterogeneidad de los miembros del equipo. La diversidad cultural y la heterogeneidad cultural pueden fortalecer los equipos si los miembros del equipo son capaces de respetar otras lenguas y culturas. Diversidad de los miembros del equipo implica la composición de los diferentes contextos culturales, unidad de afiliaciones, habilidades, etc. Las personas que trabajan en equipos diversos y distribuidos multinacionales y multiculturales tienen distintos orígenes nacionales y culturales.

Las diferencias culturales, institucionales e individuales están relacionadas con las actitudes de riesgo, seguridad y comportamientos en las organizaciones. El significado de riesgo y peligro en los entornos organizacionales está conformado por las diferencias culturales e institucionales que cuestionan la suposición de que los programas de formación de seguridad se pueden aplicar a cualquier organización dentro de un país y a través de las fronteras.

Las culturas nacionales expresadas en valores, creencias y actitudes moldean la conducta de marketing individual y las orientaciones de mercado (Norburn et al. (1989). Los mercados internacionales son muy fragmentados, a pesar de los procesos de globalización económica, debido al control de variables tales como la cultura, el idioma y otras barreras inmateriales, que a su vez pueden influir en la localización de las empresas multinacionales mexicanas. La cultura y los atributos específicos del idioma de los países receptores se benefician las empresas multinacionales mexicanas cuando compiten con otros países de origen que no comparten estas características específicas en la inversión (Barrios, y Benito-Ostolaza, 2008).

Los seres humanos deben ser conscientes de sus capacidades para asimilar, contribuir y compartir la experiencia de las nuevas oportunidades que ofrece el intercambio de culturas. El pleno desarrollo de las potencialidades humanas requiere la participación activa en la experiencia de otras culturas e ideologías de los sistemas económicos, políticos y sociales para convertirse en ciudadanos más cosmopolitas. Rabbino, Chávez, y García (s.f.) describen las transformaciones de las multinacionales mexicanas impulsadas por el enfoque del pensamiento sistémico para coordinar todas las actividades, mientras se mantiene la cultura personal.

La promulgación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y la falta de políticas enfocadas a apoyar y fomentar el espíritu empresarial, fueron dos causas importantes que provocaron el desarrollo de una nueva cultura empresarial. La comunidad de negocios sufre de carecer de habilidades de la cultura empresarial y la comprensión de otras culturas. Una iniciativa centrada en la cultura mexicana, la cultura de los negocios en América Latina (BUCLA) proporciona una solución a través de e-learning.

Esta nueva cultura empresarial llevó a la aparición de negocio más orientado a los mercados internacionales. Algunas empresas medianas están desarrollando una cultura empresarial transnacional, tales como la industria del software. Hildebrando es el mayor productor de software que comenzó a operar en la década de 1980 con la apertura de la fábrica de software en la Ciudad de México y oficinas en las tres ciudades más grandes de México, en Miami y Madrid. Migrantes femeninas enfrentan mayores riesgos de la migración internacional a causa de una cultura de la vida doméstica (Kanaiaupuni, 2000) y la carencia de una cultura empresarial más orientada a procesos internacionales.

Participación de la cultura organizacional en los procesos de

internacionalización de las empresas multinacionales

Las nuevas empresas multinacionales de las economías emergentes siguen algunas pautas de desarrollo y expansión consistentes con las teorías de internacionalización por etapas y con la teoría del ciclo de vida del producto y la internacionalización, además de la tendencia a la expansión en los mercados extranjeros que tienen culturas similares.

La cultura organizacional tiene un impacto en los resultados y el grado de implicación de las organizaciones en las alianzas estratégicas, riesgos compartidos y empresas internacionales (Meschi y Roger, 1994; Pothukuchi et al., 2002). El diseño de las culturas organizacionales incorpora la diversidad cognitiva de los socios y proporciona ajustes interculturales entre y dentro de las empresas estructuradas en alianzas estratégicas internacionales. El diseño de las alianzas estratégicas de la cultura corporativa y organizativa propia, considera la formación interculturalmente orientada a las relaciones de cooperación y las relaciones de liderazgo compartido (Rodríguez, 2005).

Las culturas nacionales son las anclas de la cultura organizacional que puede diluir con las negociaciones de la tercera cultura emergente para definir las relaciones del nuevo estilo de gestión, mecanismos de comportamiento, el desarrollo de la confianza y el acceso al conocimiento estratégico (Brannen y Salk, 2000; Casmir, 1993; Salk, 1997; Barkema et al., 1996; Rodríguez y Wilson, 1995; Inkpen, 2000). El ajuste intercultural compatibiliza las culturas nacionales que participan en una cultura organizacional como el determinante de la relación de desempeño (Rodríguez y Wilson, 2002; Rodríguez y Wilson, 1995; Sarkar et al., 2001).

La similitud de las culturas nacionales puede tener un menor impacto en las alianzas estratégicas que las culturas organizacionales y la compatibilidad de los procesos de la organización (Brown et al. 1988; Inkpen y Birkenshaw, 1994; Kogut, 1989). Congruencia entre las culturas nacionales y las prácticas de gestión influyen en el rendimiento de la alianza estratégica (Newman y Nollen, 1996; Baird et al., 1990, Davis y Rasool, 1988). Las diferencias entre el valor individualista y colectivista orientan las culturas nacionales y organizacionales como esquemas mentales que pueden afectar a las relaciones entre las culturas y la naturaleza de las interacciones de gestión y de actitud en las alianzas estratégicas (Chen et al., 1998, a, b, Hofstede, 1980).

La cultura influye en los rasgos, las percepciones y las respuestas de los seguidores a los gerentes y líderes en posiciones de poder en alianzas estratégicas. Las diferentes culturas nacionales influyen en los requerimientos de los valores en los estilos y las prácticas de gestión y liderazgo (Newman y Nollen, 1996, Brodbeck et al., 2000). Cultura de los miembros de la alta dirección puede influir en la gestión y el estilo de liderazgo y contribuir a la realización y desempeño de la alianza estratégica en su conjunto (Bettis et al., 1978; Das, 1981).

La interacción y la interdependencia de las culturas nacionales es parte de las alianzas estratégicas que pueden combinar elementos y crear una tercera cultura más coherente (Cartwright y Cooper, 1993). Una cultura organizacional que funciona como el resultado de las negociaciones entre los valores y actitudes para el desarrollo de una tercera cultura compatible en el contexto de la organización es el factor crítico en las alianzas estratégicas interculturales y las empresas conjuntas (Lane y Beamish, 1990; Perlmutter y Heenan, 1986; Teagarden y Von Glinow, 1990).

Las diferencias en los valores culturales nacionales influyen en la aplicación de las habilidades de gestión y liderazgo en las alianzas estratégicas. La cultura nacional influye en la alta dirección de la organización, que a su vez penetra en el diseño de las culturas organizacionales y define estilos de gestión y liderazgo en la alianza estratégica (Hollander y Offermann, 1990; Likert, 1961; Pothukuchi et al., 2002).

Valores de gestión de organizaciones culturales complejas, que participan en alianzas estratégicas a través de las interacciones sociales y las negociaciones entre sí, dan forma a la naturaleza y el contenido compartido de una nueva cultura híbrida (Brannen y Salk, 2000). La gestión de las alianzas internacionales enfrenta al reto de reconciliar las prácticas gerenciales basadas en antecedentes culturales y la cultura corporativa y organizacional.

La gestión de una multiplicidad de significados en diferentes culturas nacionales pueden determinar el éxito de las alianzas estratégicas en el mercado global internacional (Kumar y Andersen, 2000). Al seleccionar a los socios de las alianzas estratégicas, la capacidad de gestión (Hitt et al., 2000) y las prácticas de manejo que son congruentes con sus culturas nacionales, mejora el rendimiento las organizaciones (Newman y Nollen, 1996). Sin embargo, las prácticas de gestión son más congruentes con las dimensiones nacionales de la cultura, tales como la orientación individualismo de la innovación en los administradores de los Estados Unidos, las

tareas de apoyo y las relaciones sociales en las prácticas de gestión en México (Rodríguez, 2005, Newman y Nollen, 1996; Parkhe, 1993 y Very et al., 1993).

Gerentes de diferentes culturas que desarrollan activos relacionales en las asociaciones con alianzas estratégicas internacionales quizá sean instrumentales para desarrollar una nueva tercera cultura común (Rodríguez y Wilson, 2002), basada en lazos individuales y estructurales (Inkpen y Beamish, 1997).

El apoyo del Estado y aplicación de estrategias para entrar en alianzas estratégicas institucionales entre los diferentes grupos de interés y grupos de negocios, pueden ser sólo pasos en la dirección correcta para la internacionalización. La gestión de la cognición cultural, valores y relaciones interpersonales afectan la dinámica de los estilos de liderazgo estratégico en las organizaciones, las decisiones de gestión y, por tanto, el desempeño de la organización (Hambrick, 1989).

La cultura del equipo directivo superior tiene efectos sobre el desempeño de la organización (Bantel y Jackson, 1989; Finkelstein, 1988; Hage y Dewar, 1973; Tushman et al., 1985). Las dimensiones de la cultura organizacional de las alianzas estratégicas México y Estados Unidos son factores determinantes de las normas de gestión y las normas sociales. El estilo de gestión EE.UU. tiene la forma de la tarea de innovación en la cultura de trabajo del equipo de gestión, y la personalidad del gerente en la estabilidad emocional se centra en la planificación a largo plazo y la responsabilidad emocional, la innovación, el cambio personal y la orientación individualista (Rodríguez, 2005).

Por ejemplo, las alianzas estratégicas entre México y Estados Unidos son moldeadas por un ajuste intercultural a través de un estilo de gestión predominante, enmarcado por la cultura nacional y cultura de equipo de gestión (Rodríguez, 2005). Rodríguez (2005) encontró que la cultura organizacional existente en la alianza mexicana y estadounidense está limitada por los valores y normas que construyen la realidad social por la administración, para converger en una tercera cultura que se caracteriza por ser de estilo más participativo y consultivo.

Los estilos de gestión de las alianzas estratégicas internacionales coexisten con diferentes dimensiones culturales nacionales. Las negociaciones para una nueva cultura organizacional se mezclan con los estilos de adaptador e innovador en un estilo de gestión común. Los estilos de gestión predominantes en alianzas estratégicas están fuertemente influenciadas por la cultura de la organización y no están determinadas por las culturas nacionales (Rodríguez, 2005).

Las culturas nacionales de los gerentes se relacionan positivamente con sus estilos de gestión de alianzas estratégicas entre México y Estados. Las alianzas estratégicas entre México y Estados Unidos se apoyan en dos culturas nacionales diferentes; una pertenece a un mercado desarrollado y la otra a un mercado emergente. Cada una de estas dos culturas tiene diferentes enfoques de los estilos de gestión y relaciones (Dorfman y Howell, 1988; Hellweg et al., 1994; Pavett y Morris, 1995). La cultura gerencial en alianzas estratégicas entre México y Estados se ve influida por la alta dirección y los estilos de liderazgo de ambas culturas nacionales.

Estilos de gestión predominantes de los administradores mexicanos y estadounidenses están convergiendo en alianzas estratégicas en las que México está tratando de ser más consultivo y EE.UU. con más autoridad. La gestión estadounidense está determinada por la innovación en la cultura de trabajo de alta dirección y estabilidad emocional en la personalidad del gerente. El estilo de gestión predominante mexicana es una función de apoyo a la tarea y las relaciones sociales como parte de la cultura de gestión centrado en la planificación a corto plazo, una estrecha relación de trabajo, aunque no vinculada a la personalidad del gerente y la cultura nacional (Rodríguez, 2005).

El estilo de gestión mexicana no está ligada a la personalidad del gerente y la cultura nacional, sino determinada por el apoyo de tareas y las relaciones sociales en la cultura del equipo de gestión que se centra en la planificación a corto plazo, la eficiencia orientada con el apoyo de la cooperación del grupo y de la amistad, la naturaleza intrínseca colectivista en la toma de decisiones compartidas y asignación justa del trabajo (Rodríguez, 2005, Chen et al. 1998a, b y Hofstede, 1980).

Los directivos de las empresas mixtas o de riesgo compartido (joint ventures) pueden introducir algunas variaciones en los sistemas de control de gestión de una empresa multinacional global para institucionalizar un sistema de control de gestión global. El sistema de control de la gestión global puede coincidir con los criterios técnicos e institucionales para satisfacer las lógicas de los directivos de la inversión conjunta de riesgo compartido. Esto puede facilitar la estrategia posterior a la adquisición para facilitar la integración de nuevas empresas a la cultura de la organización y el trabajo.

La cultura local-global de la estrategia de responsabilidad social corporativa.

La responsabilidad social de las empresas globales es igualmente común entre todos los tipos de empresas multinacionales (Husted, y Allen, D., 2006). Las acciones de responsabilidad social de las empresas pueden depender de los procesos de isomorfismo institucional que están vinculados a las estrategias de la organización en las empresas multinacionales concebidas como respuesta a diferentes presiones en sus mercados de productos (Prahalad y Doz, 1987).

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas proporciona una estructura institucional para los temas de responsabilidad social de las empresas globales y las empresas multinacionales en asociación con las organizaciones no gubernamentales y gubernamentales. Husted, y Allen (2006) llegan a la conclusión de que las empresas multinacionales tienen más posibilidades de gestionar la responsabilidad social de las empresas de acuerdo con algunas presiones institucionales más que a una lógica estratégica de la organización.

Las empresas multinacionales tienen que fomentar una cultura de la estrategia de responsabilidad social de las empresas, en que participen todas las partes interesadas para mejorar la eficacia de las alianzas estratégicas (Weyzig, 2006). Las empresas multinacionales de las economías emergentes se enfrentan al reto de su firma y la distancia institucional específica de cada país para hacer frente a los obstáculos que presentan los mercados emergentes y las economías extranjeras, tales como las cuestiones de la responsabilidad social y ambiental (Dunning 2006). Husted, y Allen, D. (2006) llegan a la conclusión de que la responsabilidad social de la empresa se ajusta a la estrategia de la organización multinacional establecida para las actividades de marketing que sugieren que esta estrategia de la organización multinacional influye en el diseño de otras estrategias a través de los procesos institucionales.

Estrategia de responsabilidad social corporativa en México como en cualquier economía en desarrollo, es impulsada y moldeada por factores nacionales e institucionales específicos, pero las iniciativas de inversión privada no tienen poder de manera efectiva (Jamali y Mirshak, 2007). Las partes interesadas de las empresas multinacionales mexicanas carecen de compromiso con una estrategia de responsabilidad social corporativa, debido a un ambiente caótico no ideal, enmarcado por las actitudes de confrontación históricas y la falta de cultura de alianza, aunque a veces las empresas pueden verse tentadas a hacer algunas acciones filantrópicas.

La promoción de la responsabilidad social corporativa en las multinacionales mexicanas requiere un compromiso con un fuerte desarrollo de la capacidad de cultura reguladora, en lugar de tomar un enfoque voluntario, una mayor participación con los actores de la sociedad civil y una mayor presión pública para hacer frente a las barreras específicas.

La estrategia de responsabilidad social corporativa seguida por Grupo Bimbo es parte de las actividades naturales inmersas en su cultura con objetivos internos y externos, económicos, sociales y ambientales. El propósito interno del medio ambiente es el de crear una cultura de conciencia ambiental más amigable entre sus asociados y utilizar los recursos de la manera más eficiente (Grupo Bimbo, 2009: 1). Grupo Vitro, la multinacional de vidrio mexicana, ha implementado la estrategia de la responsabilidad social corporativa en las actividades de servicio comunitario, como el reciclaje, la protección del medio ambiente, la promoción del arte y la cultura, escuelas de apoyo, programas de desarrollo y el museo del vidrio en su ciudad de fundación, Monterrey (Paul et al., 2006).

La estrategia de la organización internacional, seguida por las empresas multinacionales que operan en México en relación con la responsabilidad social local- global de la corporación que guía la toma de decisiones, tratan de dar respuesta a las presiones institucionales de la capacidad de respuesta en lugar de replicar el análisis estratégico de los temas sociales y ambientales.

Discusión: la transformación institucional y cultural glocal-regional, la convergencia y la gobernanza

El término “glocal” es una denominación abreviada que resulta de mezclar los términos global y local, y significa la interrelación inextricable entre los dos niveles de la misma escala. Sin convergencia institucional y cultural glocal-regional, los procesos de globalización económica están complicando la gobernabilidad local, regional y global para el logro de una economía mundial más justa y equitativa. Sin embargo, en una era de los procesos de globalización

económica, las actividades de fabricación y de comercialización son cada vez más transnacionales e internacionales en una tendencia irreversible, mientras que se retiran los estados-nacionales como el marco institucional de referencia dominante. Los consumidores y los trabajadores son actores importantes en las empresas multinacionales que pueden obtener una posición de negociación sobre la transformación institucional y cultural.

La internacionalización de las operaciones y actividades de las empresas multinacionales son apoyadas por la geo-centralización cultural e institucional que afecta a los sistemas nacionales del Estado-nación. La tendencia a la geo-centralización institucional y cultural no se limita a las operaciones de las empresas multinacionales, sino también a otras instituciones, como las operaciones de los sindicatos y los gobiernos nacionales, la educación, etc.

Un ejemplo de este argumento se sustenta en Teague (2003), que examina un arreglo institucional tri-nacional del acuerdo laboral paralelo del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), llamado Acuerdo Norteamericano sobre Cooperación Laboral (ACLAN). El diseño institucional, de acuerdo con ACLAN para el mercado laboral, en un acuerdo comercial regional, es horizontal y descentralizado, pero aún se requiere que las tres economías que participan en el TLCAN adopten un enfoque más proactivo en las relaciones laborales de colaboración transnacional.

Para encontrar un equilibrio entre los intereses de los actores multinacionales, regionales y locales que participan en los procesos económicos de internacionalización se requieren nuevos mecanismos institucionales y culturales con el fin de desarrollar nuevas formas de gobernanza capaces de gestionar el crecimiento económico y el desarrollo. Los nuevos arreglos institucionales y culturales deben ser capaces de facilitar la integración de las inversiones, actividades financieras, tecnológicas de fabricación y comercialización, sin ignorar la interdependencia con las variables ambientales, sociales, políticas y culturales.

Referencia bibliográfica

- ADLER, N. (1980). Cultural synergy: the management of cross-cultural organizations, in Burke, W., Goodstein, C.D. (Eds.), Trends and Issues in O.D.: Current Theory and Practice, University Associates, San Diego, CA: 163-84.
- ANCONA, D. G. (1987). Groups in organizations: Extending laboratory models. In C. Hendrick (Ed.), Group processes and intergroup relations (pp. 178-202). Newbury Park, CA: Sage.
- AOKI, M. (2001). Towards a comparative institutional analysis. MIT Press.
- ASHTON, A. (2002a). Powerful incentives put TRW on the road to success, Human Resource Management International Digest, Vol. 10 Iss: 1: 9-12. DOI (Permanent URL): 10.1108/09670730210791710
- ASHTON, A. (2002b). Strategic Compensation: How to Align Performance, Pay and Rewards to Support Corporate Transformation, The report is available from Business Intelligence Ltd, Third Floor, 22-24 Worple Road, Wimbledon, London SW19 4DD. World Wide Web: www.business-intelligence.co.uk
- BABA, M. L., GLUESING, J., RATNER, H. & WAGNER, K. H. (2004). The contexts of knowing: Natural history of a globally distributed team. Journal of Organizational Behavior, 25, 547-587.
- BAIRD, I.S., LYLES, M.A., WHARTON, R. (1990). Attitudinal differences between American and Chinese managers regarding joint venture management, Management International Review, Vol. 30 pp. 53-68.
- BANTEL, K., JACKSON, S. (1989). Top management and innovation in banking: does the composition of the top team make a difference? Strategic Management Journal, Vol. 10 No. Special Issue: 107-24.
- BANTZ, C. R. (1993). Understanding organizations: Interpreting organizational communication cultures with a case study by Gerald Pepper. Columbia: University of South Carolina Press. 250 pages.
- BARKEMA, H., BELL, J., PENNING, J. (1996). Foreign entry, cultural barriers, and learning, Strategic Management Journal, Vol. 17 No. 2: 151-66.
- BARRIOS, S. AND BENITO-OSTOLAZA, J. M. (2008). The location decisions of multinationals and the cultural link: evidence from Spanish direct investment abroad. Economic Papers, The Economic Society of Australia, vol. 29(2): 181-196.
- BETTIS, R.A., HALL, W.K., PRAHALAD, C.K. (1978). Diversity and performance in the multibusiness firm, National Proceedings of the American Institute for Decision Sciences: 210-2.
- BRANNEN, M. J. (2003). What is culture and why does it matter? Current conceptualizations of

- culture from anthropology. In N. A. Byacigiller, R. A. Goodman & M. E. Phillips (Eds.), *Crossing cultures: Insights from master teachers* (pp. 20-37). New York: Routledge.
- BRANNEN, M.Y., SALK, J.E. (2000). Partnering across borders: negotiating organizational culture in a German-Japanese joint venture, *Human Relations*, Vol. 53 No. 4: 451-87.
- BRODBECK, F. C., FRESE, M., AKERBLOM, S., AUDIA, G. ET AL. (2000). Cultural variation of leadership prototypes across 22 European countries, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Vol. 73: 1-29.
- BROOME, B. (1993). Building share meaning: implications of a relational approach to empathy for teaching intercultural communication, *Communication Education*, Vol. 40, No. 3: 235-50.
- BROWN, L., RUGMAN, A., VERBEKE, A. (1988). Japanese joint ventures with western multinationals: synthesizing the economic and cultural explanations of failure, *Asian Pacific Journal of Management*, Vol. 6 No. 2: 225-42.
- CARTWRIGHT, S., COOPER, C. L. (1993). The role of compatibility in successful organizational marriage, *Academy of Management Executive*, Vol. 7 No. 2: 57-70.
- CASMIR, F. L. (1993). Third culture building: a paradigm shift for international and intercultural communication, *Communication Yearbook*, Vol. 16 pp. 407-28.
- CAVES, R. (1996). *Multinational Enterprise and Economic Analysis*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- CHAO, G. T. & MOON, H. (2005). The cultural mosaic: A metatheory for understanding the complexity of culture. *Journal of Applied Psychology*, 90, 1128-1140.
- CHEN, C., GREENBERGER, E., LESTEJA, J., DONG, Q. & GUO, M. S. (1998a). A cross-cultural study of family and peer correlates of adolescent misconduct. *Developmental Psychology*, 34, 770-781.
- CHEN, X., HASTINGS, D., RUBIN, K. H., CHEN, H., CEN, G. & STEWART, S. L. (1998b).
- CHILD-REARING ATTITUDES AND BEHAVIORAL INHIBITION IN CHINESE AND CANADIAN TODDLERS: A CROSS-CULTURAL STUDY. *DEVELOPMENTAL PSYCHOLOGY*, 34, 677-686.
- CHI CUI, C., BALL, D. F., COYNE, J. (2002). Working effectively in strategic alliances through managerial fit between partners: some evidence from Sino-British joint ventures and the implications for R&D professionals. *R&D Management*, Vol. 32 No. 4: 343- 57.
- COGBURN, D. L. & LEVINSON, N. S. (2003). U.S.-Africa virtual collaboration in globalization studies: Success factors for complex, cross-national learning teams. *International Studies Perspectives*, 4, 31-54.
- CRONEN, V.E., SHUTER, R. (1983). *Forming intercultural bonds*, in Gudykunst, W.B. (Eds), *Intercultural Communication Theory*, Sage, Beverly Hills, CA: 89-118.
- CHUDOBA, K. M., WYNN, E., LU, M. & WATSON-MANHEIM, M. B. (2005). How virtual are we? Measuring virtuality and understanding its impact on a global organization. *Information Systems Journal*, 15, 279-306.
- DAS, R. (1981), *Managing Diversification: The General Management Perspective*, Macmillan, New Delhi.
- DAVILA, A., PÉREZ, A. L. Y HABERMANN, G. E. (2005). *Culture in organizations of the computer industry: Insights from Latin America*. Academy of Management
- DÁVILA-MARTÍNEZ, A. D. R., PÉREZ-SALAZAR, A. L. & HABERMANN-GASTELUM, G. E. (2001). *Culture in the high technology organization: Manifestations in Latin America*. Workshop in Organization Design and Information. ESAM, Bélgica. Mayo. ISBN:000.
- DAVIS, H.J., RASOOL, A. (1988). Values research and managerial behavior implications for devising culturally consistent managerial styles, *Management International Review*, Vol. 28 No. 3: 11-20.
- DOLLINGER, M.J., DANIS, W. (1998). Preferred decision-making styles: a cross-cultural comparison. *Psychological Reports*, Vol. 82 No. 3: 755-61.
- DONER, R. (2001). *Institutions and the tasks of economic upgrading*. Paper prepared for delivery at the 2001 annual meeting of the American Political Science Association, San Francisco.
- DORFMAN:W., HOWELL, J.P. (1988). Dimensions of national culture and effective leadership patterns: Hofstede revisited, *Advances in International Comparative Management*, JAI Press, Inc., Greenwich, CT, Vol. 3: 127-50.
- DUNNING, J. H. (2006). *Space, location and distance in international business activities*. Paper presented at annual meeting of European Academy of International Business, Fribourg, Switzerland.
- DUTTON, J. E., JACKSON, E. E. (1987). Categorizing strategic issues: links to organizational action, *Academy of Management Review*, Vol. 12 No. 1: 76-90.
- DYER, J. & KALE: (2007). Relational capabilities: Drivers and implications. In C. E. Helfat, S. Finkelstein, W. Mitchell, M. A. Peteraf, H. Singh, D. J. Teece & S. G. Winter (Eds.), *Dynamic*

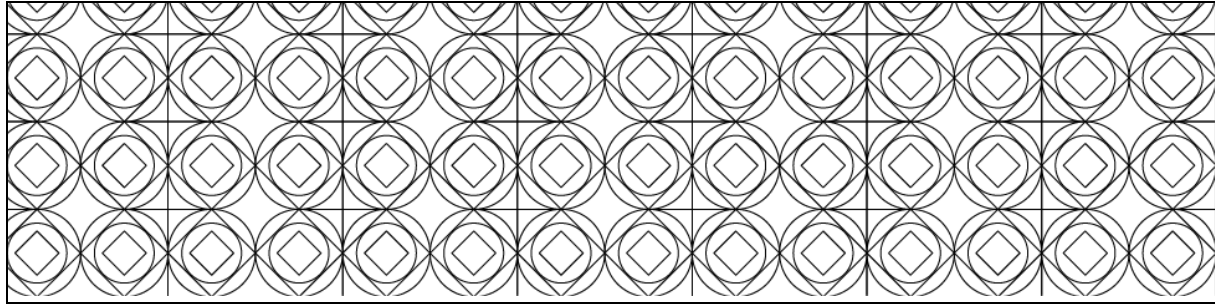
- capabilities, *Understanding strategic change in organizations*: 65-79. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- EREZ, M. & GATI, E. (2004). A dynamic, multi-level model of culture: From the micro level of the individual to the macro level of a global culture. *Journal of Applied Psychology*, 53, 583-598.
- FINKELSTEIN, S. (1988). *Managerial orientations and organizational outcomes: the moderating roles of managerial discretion and power*, Columbia University, New York, NY.
- GIBSON, C. B. & GIBBS, J. L. (2006). Unpacking the concept of virtuality: The effects of geographic dispersion, electronic dependence, dynamic structure, and national diversity on team innovation. *Administrative Science Quarterly*, 51, 451-495.
- GOODWIN, G. F. & HALPIN, S. M. (2006, May). Multinational, multicultural teams: Leadership challenges in the U.S. Army. In S. J. Zaccaro, T. Koehler & G. Yun (Chairs), *Global at work, but local at heart!* Symposium presented at the Society for Industrial and Organizational Psychology Annual Conference, Dallas, TX.
- GRUPO BIMBO (2009). *Responsabilidad Social En Grupo Bimbo*. Grupo Bimbo's CSR Presentation 2009: 1-12.
- GUERRIERI, AND TYLECOTE, A. (1997). Interindustry Differences in Technical Changes and National Patterns of Technological Accumulation, in C. Edquist (ed) *Systems of Innovation* pp. 107-129.
- GUILLÉN, M. F. AND GARCÍA-CANAL E. (2009). The American Model of the Multinational Firm and the "New" Multinationals From Emerging Economies. *Academy of Management Perspectives*. 2009: 23-35.
- HAGE, J., DEWAR, R. (1973). Elite, values versus organizational structure in predicting innovations, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 18 pp. 279-90.
- HARVEY, M., NOVICEVIC, M. M. & GARRISON, G. (2005). Global virtual teams: A human resource capital architecture. *International Journal of Human Resource Management*, 16, 1583-1599.
- HELLWEG, S. A., SAMOVAR, L.A., SKOW, L. (1994). Cultural variations in negotiation styles, in Samovar, L.A., Porter, R.E. (Eds), *Intercultural Communication: A Reader*, Wadsworth Publishing Company, Belmont, CA: 286-93.
- HITT, M.A., DANCIN, M.T., LEVITAS, E., ARREGLE, J., BORZA, A. (2000). Partner selection in emerging and developed market contexts: resource-based and organizational learning perspectives, *Academy of Management Journal*, Vol. 43, No. 3: 449-67.
- HOFSTEDE, G. (1991). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London, UK: McGraw-Hill.
- HOFSTEDE, G. (1984). Hofstede's culture dimensions: an independent validation using Rokeach's value survey, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Vol. 15, No. 4: 417-33.
- HOFSTEDE, G. J. (1980). *Culture's consequences*. Beverly Hills, CA: Sage.
- HUBER, G. P. (1991). Organizational learning: The contributing processes and the literatures. *Organization Science*, 2(1): 88-115.
- HAMBRICK, D.C. (1989). Putting top managers back in the strategy picture, *Strategic Management Journal*, Vol. 10 pp. 5-15.
- HOLLANDER, E.P., OFFERMANN, L.R. (1990). Power and leadership in organization: relationships in transition, *American Psychologist*, Vol. 45 No. 2: 179-89.
- HUSTED B. W., AND ALLEN, D. B. (2006). Corporate social responsibility in the multinational enterprise: strategic and institutional approaches. *Journal of International Business Studies* (2006) 37, 838-849.
- INKPEN, A.C. (2000). Learning through joint ventures: a framework of knowledge acquisition, *Journal of Management Studies*, Vol. 37, No. 7: 1019-43.
- INKPEN, A.C., BEAMISH:W. (1997). Knowledge, bargaining power, and the instability of international alliances. *Academy of Management Review*, Vol. 22, No. 1: 177-202. Inkpen, A. C., Birkenshaw, J. (1994). International joint ventures and performance: an interorganizational perspective, *International Business Review*, Vol. 3 No. 3: 201-17.
- JAMALI, D. AND MIRSHAK, R. (2007). Corporate Social Responsibility (CSR): Theory And Practice In A Developing Country Context. *Journal Of Business Ethics*, 72: pp. 243-262.
- JARVENPAA, S. L., KNOLL, K. & LEIDNER, D. E. (1998). Is anybody out there? Antecedents of trust in global virtual teams. *Journal of Management Information Systems*, 14, 29-64.
- JENKS, C. (1993). *Culture*. London: Routledge and Kegan Paul.
- KAYWORTH, T. R. & LEIDNER, D. E. (2001-2002). Leadership effectiveness in global virtual teams. *Journal of Management Information Systems*, 18, 7-40.
- KETS DE VRIES, M., MILLER, D. (1986). Personality, culture, and organization, *Academy of Management Review*, Vol. 11 No. 2: 266-79.
- KILMAN, R. H. AND SAXTON, M. J. (1983). *Kilmann-Saxton culture gap survey*. Tuxedo, N. Y.

Organizational Design Consultants.

- KOGUT, B. (1989). The stability of joint ventures: reciprocity and competitive rivalry, *Journal of Industrial Economics*, Vol. 38 pp. 183-98.
- KUMAR, R., ANDERSEN:H. (2000). Inter firm diversity and the management of meaning in international strategic alliances, *International Business Review*, Vol. 9 No. 2: 237-52.
- LANE, H.W., BEAMISH:W. (1990). Cross-cultural cooperative behavior in joint ventures in LDCs. *Management International Review*, Vol. 30 No. Special Issue: 87-102.
- LALL, S. (1983). *The new multinationals*. New York: Wiley.
- LECRAW, D.J. (1993). Outward direct investment by Indonesian firms: motivation and effects", *Journal of International Business Studies (Third Quarter)*: 589-600.
- LEE, M. & BARNETT, G. A. (1997). A symbols-and-meaning approach to the organizational cultures of banks in the United States, Japan, and Taiwan. *Communication Research*, 24, 394-412.
- LIKERT, R. (1961), *New Patterns of Management*, McGraw-Hill, New York, NY.
- LINDSLEY, S. L. (1999). Communication and "the Mexican way": Stability and trust as core symbols in Maquiladoras. *Western Journal of Communication*, 63, 1-31.
- LUNDVALL, B.-Å. (1999). National Business Systems and National Innovation Systems. *INTERNATIONAL STUDIES OF MANAGEMENT AND ORGANIZATION*. NO. 2, Summer, 1999. 60- 77.
- MARUPING, L. M. & AGARWAL, R. (2004). Managing team interpersonal processes through technology: A task-technology fit perspective. *Journal of Applied Psychology*, 89, 975-990.
- MESCHI:, ROGER, A. (1994). Cultural context and social effectiveness in international joint ventures, *Management International Review*, Vol. 34, No. 3: 197-215.
- NEWMAN, K.L., NOLLEN, S.D. (1996). Culture and congruence: the fit between management practices and national culture, *Journal of International Business Studies*, Vol. 27: 753-79.
- NOHRIA, N. & GHOSHAL, S. (1997) *The differentiated network: Organizing multinational corporations for value creation*. San Francisco, CA. Jossey-Bass Publishers.
- NORBURN, D., BIRLEY, S., DUNN, M., PAYNE, A. (1989). A four nation study of the relationship between marketing effectiveness, corporate culture, and market orientation, *Journal of International Business Studies*, Vol. 21, No. 3: 451-68.
- O'REILLY, C.A. III, CHATMAN, J.A., CALDWELL, D. (1991). People and organizational culture: a profile comparison approach to assessing person-organization fit, *Academy of Management Journal*, Vol. 34, No. 3: 487-516.
- OERTIG, M. & BUEGRI, T. (2006). The challenges of managing cross-cultural virtual project teams. *Team Performance Management*, 12(1-2), 23-30.
- OETZEL, J. G. (1998). Explaining individual communication processes in homogeneous and heterogeneous groups individualism-collectivism and self-construal. *Human Communication Research*, 25, 202-224.
- ORBE, M. P. (1996). Laying the foundation for co-cultural communication theory: An inductive approach to studying "non-dominant" communication strategies and the factors that influence them. *Communication Studies* 47, 157-176.
- OSLAND, J. & BIRD, A. (2000). Beyond sophisticated stereotyping: Cultural sensemaking in Context. *Academy of Management Executive*, 14, 65-77.
- PANGARKAR, N., KLEIN, S. (2001). The impact of alliance purpose and partner similarity on alliance governance. *British Journal of Management*, Vol. 12 pp. 341-53.
- PARK, S., UNGSON, G. (1997). The effect of national culture, organizational complementarity, and economic motivation on joint venture dissolution, *Academy of Management Journal*, Vol. 40, No. 2: 279-307.
- PARKHE, A. (1993). Messy research, methodological predispositions, and theory development in international joint ventures, *Academy of Management Review*, Vol. 18 No. 2: 227-68.
- PAVVET, C. AND MORRIS, T. (1995). Management styles within a multinational corporation: a five country comparative study. *Human Relations (HR)*,48(??), 1171-91.
- PAUL, K. ET AL., (2006). *Corporate Social Reporting In México*. Greenleaf Publishing, JCC, July: 67-80.
- PAUL, S., SAMARAH, I. M., SEETHARAMAN: & MYKTYN: P. (2005). An empirical investigation of collaborative conflict management style in group support system- based global virtual teams. *Journal of Management Information Systems*, 21, 185-222.
- PEARCE, R. AND PAPANASTASSIOU, M. (1999). Overseas R&D and the strategic evolution of MNCs: evidence from laboratories in the UK, *Research Policy*, 28: 23-41.
- PEINADO-VARA, E. (2005). *Corporate Social Responsibility In Latin America: Responsible Solutions For Business And Social Problems*. Inter American Development Bank, Washington, D.C., December: 1-13.

- PEREZ CHAVARRIA M. (2001). An approach from the standpoint of communication to the interpretation of the organizational culture of a Mexican multinational: The Cemex case. *World Futures: Journal of General Evolution* Volume 57, Issue 5, 2001: 417-433.
- PERLMUTTER, H., HEENAN, D. H. (1986). Thinking ahead. *Harvard Business Review*, March-April: 136-52.
- POTHUKUCHI, V., DAMANPOUR, F., CHOI, J., CHEN, C.C., PARK, S.H. (2002). National and organizational culture differences and international joint venture performance, *Journal of International Business Studies*, Vol. 33 No. 2: 243-65.
- PRAHALAD, C.K. AND DOZ, Y. L. (1987). *The Multinational Mission: Balancing Local Demands and Global Vision*, The Free Press: New York, NY.
- RAO: (2009a). The role of national culture on Mexican staffing practices. *Employee Relations*. Volume: 31, Issue: 3 2009.
- RAO: (2009b) International survey research: Understanding national cultures to increase survey response rate. *Cross Cultural Management: An International Journal* Volume: 16 Issue: 2, 2009.
- RABBINO, H., CHÁVEZ, A. AND GARCÍA, R. (S.F.). GRASP THE FUTURE: HOW APPLIED SYSTEMS THINKING ARE SHAPING A MEXICAN MULTINATIONAL. Mimeo.
- RASTERS, G., VISSERS, G. & DANKBEAR, B. (2002). An inside look-Rich communication through lean media in a virtual research team. *Small Group Research*, 33, 718-734.
- RODRÍGUEZ, C. M. (2005). Emergence of a third culture: shared leadership in international strategic alliances, *International Marketing Review*, Vol. 22 Iss: 1: 67-95.
- RODRIGUEZ, C. M., WILSON, D.T. (2002). Relationship bonding and trust as a foundation for commitment in US-Mexican strategic alliances: a structural equation modeling approach, *Journal of International Marketing*, Vol. 10, No. 4: 53-76.
- RODRIGUEZ, C.M., WILSON, D.T. (1995). Trust me!!!... but how? Relationship bonding as an antecedent of trust in international strategic alliances: USA-México, a latent variable structural modeling approach. *ISBM Working Paper Series*.
- ROUSSEAU, D.M. (1990). Assessing organizational culture: the case for multiple methods, in Schneider, B. (Eds), *Organizational Climate and Culture*, Jossey-Bass, San Francisco, CA: 153-92.
- ROUSSEAU, D.M. AND SCHALK, R. (EDS) (2000), *Psychological Contracts in Employment: Cross-national Perspectives*, Sage, Thousand Oaks, CA.
- SAGIE, A. AND AYCAN, Z. (2003). A cross-cultural analysis of participative decision-making in organizations. *Human Relations*, 56, 453-473.
- SARKAR, M.B., ECHAMBADI, R., CAVUSGIL, S.T., AULAKH:S. (2001). The influence of complementarity, compatibility, and relationship capital on alliance performance, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 29 No. 4: 358-73.
- SARKER, S. (2005). Knowledge transfer and collaboration in distributed U.S.-Thai teams. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4). Retrieved April 5, 2007, from <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/sarker.html>
- SAUNDERS, C., VAN SLYKE, C. & VOGEL, D. R. (2004). My time or yours? Managing time visions in global virtual teams. *Academy of Management Executive*, 18, 19-31.
- SENGE: (1990). *The fifth discipline the art and practice of the learning organization*. New York: Doubleday.
- SHUTER, R. (1983). On third-culture building: commentary on Casmir, *Communication Yearbook*, Vol. 16, pp. 429-36.
- SIMONIN, B. L. (1999). Ambiguity and the process of knowledge transfer in strategic alliances. *Strategic Management Journal*, 20, 595-623.
- SPARROW:, HARRIS, H. AND BREWSTER, C. (2004). *Globalising Human Resource Management*. London: Routledge.
- STAROSTA, W., OLORUNNISOLA, A. (1992). Third culture building, unpublished manuscript. Stohl, C. (2001). Globalizing organizational communication. In F. M. Jablin & L. L. PUTNAM (EDS.), *THE NEW HANDBOOK OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION: ADVANCES IN THEORY, RESEARCH, AND METHODS* (PP. 323-375). Thousand Oaks, CA: Sage.
- TEAGARDEN, M.B., VON GLINOW, M.A. (1990). Contextual determinants of HRM effectiveness in cooperative alliances: Mexican evidence. *Management International Review*, Vol. 30: 23-36.
- TEAGUE: (2003). Labour-standard setting and regional trading blocks: Lesson drawing from NAFTA experience. *Employee Relations*, Vol 25, Issue 5.
- TING-TOOMEY, S. (1999). *Communicating across cultures*. New York: Guilford. Townsend, M., DeMarie, S. M. & Hendrickson, A. R. (1998). *Virtual teams: Technology and the workplace of*

- the future. *Academy of Management Executive*, 12, 17-29.
- TREGASKIS, O., EDWARDS, T., EDWARDS, F., FERNER, A AND MARGINSON: (2010). context and national embeddedness transnational learning structures in multinational firms: Organizational context and national embeddedness. *Human Relations*, 63(4) 471- 499.
- TRIANDIS, H. C. (1995). *Individualism and collectivism*. Boulder, CO: Westview.
- TRICE, H. M. AND BEYER, J. M. (1993). *The cultures of work organizations*. Prentice Hall.
- TUSHMAN, M.L., VIRANY, B., ROMANELLI, E. (1985). Executive succession strategy reorientation and organization evolution, *Technology and Society*, Vol. 7: 297-314.
- VERY, CALORI, R., LUBATKIN, M. (1993), An investigation of national and organizational cultural influences in recent European mergers. In Shrivastava, Huff, A., Dutton, J. (Eds), *Advances in Strategic Management*, JAI Press, Greenwich, CT, Vol. 9: 323-46.
- WATSON-MANHEIM, M. B., CHUDOBA, K. M. & CROWSTON, K. (2002). Discontinuities and continuities: A new way to understand virtual work. *Information Technology & People*, 15, 191-209.
- WEYZIG, F. (2006). *Local And Global Dimensions Of Corporate Social Responsibility In México*. SOMO (Centre For Research Of Multinational Corporations), The Netherlands.
- WORKMAN, M. (2005). Virtual team culture and the amplification of team boundary permeability on team performance. *Human Resource Development Quarterly*, 16, 435-458.
- WRIGHT, N. S. & DREWERY, G. P. (2006). Forming cohesion in culturally heterogeneous teams: Differences in Japanese, Pacific Islander and Anglo experiences. *Cross Cultural Management*, 13, 43-53.
- YOO, Y. & TORREY, B. (2002). National culture and knowledge management in a global learning organization. In C. W. Choo & N. Bontis (Eds.), *The strategic management of intellectual capital and organizational knowledge* (pp. 421-435). New York: Oxford University Press.
- YOUNG, A. 1928: Increasing returns and economic progress, *Economic Journal* 38, 527-42.
- YUAN, Y. C. & GAY, G. (2006). Homophile of network ties and bonding and bridging social capital, in computer-mediated distributed teams. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4). Retrieved April 5, 2007, from <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue4/yuan.html>
- ZAKARIA, N., AMELINCKX, A. & WILEMON, D. (2004). Working together apart? Building a knowledge-sharing culture for global virtual teams. *Creativity and Innovation Management*, 13, 15-29.



Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por las MiPyMEs (hoteles) en Sonora

RAMÓN ARTURO VEGA ROBLES

JESÚS MARTÍN CADENA BADILLA

RAFAEL HERNÁNDEZ LEÓN

Resumen

Por su rápido crecimiento, la actividad turística en Sonora está tomando cada día más importancia y uno de los componentes principales de esta actividad es el servicio de alojamiento. Esta investigación pretende determinar el nivel de calidad de los servicios en los hoteles del estado de Sonora. Primeramente se validará el instrumento, posteriormente se tomara una muestra representativa para los micros, pequeños y medianos hoteles, y de ahí determinar el nivel de satisfacción de la calidad del servicios proporcionado por las MIPYMES (hoteles), luego se harán comparaciones por tamaño de la empresa. El mayor aporte que se desea efectuar es el de proponer una forma de evaluación de la calidad que se centre fundamentalmente en la percepción de los usuarios sobre el servicio, para que de ahí las empresas puedan tomar decisiones con base en un diagnóstico que ofrezca esta herramienta.

Introducción

La actividad turística es una de las actividades comerciales más importantes del planeta. Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2010), el turismo se consolida como la principal actividad económica de muchos países y es el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y creación de empleo, generador de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países. La contribución del turismo al producto interno bruto (PIB) va del 2% para los países con poco desarrollo turístico, al 10% para aquellos donde es el principal pilar del desarrollo es la actividad turística.

Con respecto a México, según OMT (2010), el número de llegadas de turistas internacionales el 2009 fue de 21.454 millones, generando ingresos por 11,275 millones de dólares, en tanto el turismo nacional alcanzó la cifra de 100 millones de turistas-noche, con una contribución del 2% y el 7% al PIB respectivamente.

Según SECTUR (2011), se realizó un Acuerdo Nacional por el Turismo que comprende 101 acciones específicas agrupadas en diez ejes estratégicos, orientadas a ubicar a México dentro de los cinco primeros destinos turísticos del mundo, para promover con ello la generación de empleos y mejorar la calidad de vida de los mexicanos que dependen de esta actividad.

Sonora es un estado que posee una gran variedad de atractivos turísticos, ya que cuenta con mar, playas, desiertos, valles y montañas. Según la Secretaría de Economía del Gobierno del Estado de Sonora, durante el 2010 hubo una derrama económica de 24,500 millones de pesos en turismo, lo que representa el 8% del PIB Estatal (INEGI, 2010).

El servicio de alojamiento es uno de los componentes fundamentales de la actividad turística (Álvarez, Díaz y Álvarez, 2001), pues de la duración de la estadía depende que el visitante utilice y disfrute de otra clase de servicios que componen la actividad turística (recreación, restauración y comercio), lo que repercute en un ingreso a la economía anfitriona con los

correspondientes niveles de empleo y de calidad de vida de la localidad. En la misma línea, Briceño (2000) dice que la importancia de las empresas hoteleras en la actividad turística se presenta porque muchos hoteles no son simples sitios para pernoctar, sino que son considerados como atractivos turísticos, los cuales incluyen servicios como restauración, comercio, recreación (discotecas, piscinas, saunas, entre otros), comunicación y transporte.

Las micros, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) del sector hotelero representan el 97% del total de empresas, por lo que se consideran la columna vertebral por su generación de empleos y su contribución a la economía del estado de Sonora (Vega, 2012).

La calidad del servicio se ha convertido en un concepto central de muchas estrategias de marketing. Es uno de los medios alternativos con los cuales cuenta una organización para alcanzar una ventaja competitiva y lograr una mejor posición en el mercado. Adoptar una estrategia de calidad significa definir el nivel de excelencia esperado para el tipo de servicio que brinda la empresa. Este nivel de calidad no establece necesariamente que el servicio sea lujoso, sino simplemente que el mismo responda a las expectativas del cliente (Lambin, 1995).

Para Caetano (2003) el conocimiento de la opinión sobre la calidad de la prestación de un determinado servicio, es un factor imprescindible para que las instituciones se aseguren de que los servicios sean los adecuados para cubrir las necesidades de los usuarios.

Existen varios modelos para la medición de la calidad de los servicios, que tratan de comprender la complejidad de la evaluación de los servicios. En este trabajo se retoma la concepción elaborada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), conocido como modelo de deficiencias o SERVQUAL (Service Quality), en el cual se contemplan las expectativas que tiene el cliente, las cuales se enfrentan a la percepción de la prestación del servicio. Este método y su metodología de aplicación pueden adaptarse y aplicarse a distintos tipos de servicios, siempre y cuando a los ajustes realizados se les determine la confiabilidad. Los resultados obtenidos permiten identificar y priorizar las categorías donde deberán implementarse acciones de mejora (Mejías, Reyes y Maneiro, 2006).

El propósito de esta investigación es generar y aplicar una herramienta de tipo metodológica que le permita a los administradores y propietarios de los hoteles del estado de Sonora, medir la calidad de los servicios en forma sistemática e integral. Esta propuesta tomará como base la comparación entre las expectativas y las percepciones de los clientes acerca de ciertos indicadores y dimensiones relativos a la calidad en el servicio. El mayor aporte que se desea efectuar es el de proponer una forma de evaluación de la calidad que se centre fundamentalmente en la percepción de los usuarios sobre el servicio.

Los objetivos planteados para esta investigación son:

- Conocer cómo perciben la calidad de los servicios hoteleros los clientes en el estudio.
- Determinar el nivel de calidad de los hoteles de Sonora.
- Comparar el nivel de calidad por tamaño de empresa.

La hipótesis a confirmar para este estudio se enuncia a continuación. Basados en el propósito de este estudio, se formuló las siguientes hipótesis: El nivel de calidad en los servicios es considerado excelente.

Diseño metodológico

Para el presente trabajo de investigación se utilizó como instrumento de medición SERPERF, utilizando sólo las percepciones, que es la escala más usada y aceptada para la medición de la calidad de servicios. Dicho instrumento, SERPERF, se usó prácticamente sin modificaciones para poder determinar si es plausible de usar, dadas las condiciones de nuestra realidad social, económica y cultural, puesto que las condiciones bajo las cuales se ha desarrollado la metodología SERPERF son muy diferentes a las que tenemos aquí (IMRIE, DURDEN y CADOGAN, 2000).

Se seleccionó una muestra aleatoria para los micros, pequeños y medianos hoteles mediante un muestreo aleatorio en el cual respondieron un cuestionario SERPERF (percepciones) de 22 ítems. Para poder determinar la fiabilidad del constructo calidad de servicio proporcionado por SERPERF, se utilizó el coeficiente Alpha de Cronbach para determinar la fiabilidad y, posteriormente, se realizó un análisis factorial exploratorio para determinar la estructura del constructo calidad en los servicios.

El instrumento de medición utilizado para reunir los datos fue un cuestionario (ver anexo). Este cuestionario estará dividido en tres partes, cada una tiene una breve explicación respecto de cómo responder el cuestionario. En la parte I se refiere al perfil del ejecutivo del hotel, en la

parte II se abordara el perfil de la organización y la parte III está enfocada a la calidad de los servicios en los hoteles. Ésta se divide, la sección I es para medir el nivel de percepción de los clientes (utilizando una escala Likert de 1 a 5, ver tabla 1).

Tabla 1. puntuación Likert para las encuestas aplicadas a los clientes	
Puntuacion: Escala likert	
1	Muy malo
2	Malo
3	Regular
4	Bueno
5	Excelente

La sección II se concentrara en el nivel de importancia dada por parte de los clientes a las cinco características de la calidad del servicio: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Se les pidio a los encuestados que distribuyeran un total de 100 puntos por cada una de las cinco dimensiones, representando las características de calidad del servicio de la siguiente manera:

Elementos Tangibles (ET)

- D-1. Estado del local, la funcionalidad del equipamiento, y la apariencia de materiales impresos.
Fiabilidad (FI)
- D-2. La capacidad de la institución para proveer servicios de confianza e Información correcta.
Capacidad de Respuesta (CR)
- D-3. La voluntad de la institución para ayudar a los clientes de forma eficiente y rápida.
Seguridad (SE)
- D-4. El conocimiento y cortesía de todos los representantes del hotel (especialmente personal administrativo).
Empatía (EM)
- D-5. La atención personalizada dispensada a sus clientes.

La sección III de este cuestionario estará dedicada a cuestiones demográficas, tales como: edad, sexo y nivel de estudios.

Adaptación del SERPERF

La organización y el lenguaje de este cuestionario se adaptaron del cuestionario original de SERVQUAL, para que pudiera reflejar el ambiente de la calidad del servicio hotelero y que pudiera servir al objetivo de este estudio, por lo que el elemento clave para reunir los datos para esta investigación fue precisamente el cuestionario SERPERF a sólo las percepciones.

Las 22 preguntas de este cuestionario se elaboraron a partir de algunos conceptos fundamentales para la prestación de la calidad del servicio, tales como: disponibilidad para ayudar, registros y documentos, servicios de la institución, horarios, instalaciones.

A continuación se presenta un listado de las preguntas que conforman el cuestionario, agrupadas por dimensión para facilitar su análisis:

Elementos tangibles

- ET-1. Tiene equipos y tecnologías de apariencia moderna
- ET-2. Sus instalaciones físicas son cómodas y visualmente atractivas.
- ET-3. Sus empleados tienen apariencia pulcra
- ET-4. Los elementos materiales y la documentación relacionada con los servicios que ofrece el hotel son visualmente atractivos.

Fiabilidad

- FI-5. Cuando el hotel promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.
- FI-6. Cuando los clientes tienen un problema, los empleados del hotel muestran un sincero interés por solucionarlo.
- FI-7. El hotel brinda, desde la primera vez, un buen servicio.
- FI-8. Presta el servicio en el tiempo acordado.
- FI-9. El hotel mantiene los registros exentos de errores (saldos, estados de cuenta, lista de clientes, etc.).

Capacidad de respuesta

- CR-10 Informa puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio.
- CR-11 Los empleados ofrecen un servicio razonablemente corto.
- CR-12 Los empleados del hotel están dispuestos a ayudar a los clientes.
- CR-13 Los empleados del hotel nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes.

Seguridad

- SE-14 Los empleados inspiran confianza a los clientes.
- SE-15 Se sintió seguro en sus transacciones con los empleados del hotel.
- SE-16 Los empleados del hotel fueron siempre amables.
- SE-17 Los empleados están capacitados para responder de forma adecuada las preguntas del cliente.

Empatía

- EM-18 El hotel ofrece servicios personalizados a sus clientes.
- EM-19 El hotel tiene horarios de operación convenientes a todos los clientes.
- EM-20 El hotel tiene empleados que den servicio personalizado a los clientes.
- EM-21 El hotel busca lo mejor para beneficiar los intereses de sus clientes.
- EM-22 Los empleados del hotel entienden las necesidades específicas de sus clientes.

Determinación de la fiabilidad y validación del constructo SERPERF

Para utilizar este instrumento de medición de la calidad, primero es necesario corroborar la fiabilidad del instrumento en forma global.

El objetivo del análisis de fiabilidad es determinar que un conjunto de elementos (preguntas) de una escala, puedan conducir a resultados que estén altamente correlacionados con los resultados que se llegarían a obtener si se repitiera la prueba. Es decir, consiste en lograr una escala que conduzca a resultados similares cuando diferentes personas la administren y cuando usen formas alternas de la prueba (Merino y Lautenschlager, 2003).

Para determinar la fiabilidad hay diferentes formas de hacerlo, la más común es utilizar el Alpha de Cronbach, que está orientada hacia la medición de la consistencia interna de una prueba, para valores inferiores a 0.6 se considera una baja fiabilidad, entre 0.6 y 0.8 es aceptable y por encima de 0.8 es excelente (Caetano 2003).

Según Carretero y Pérez (2005) el coeficiente Alpha de Cronbach es directamente proporcional al número de preguntas, esto significa que este se incrementa cuanto mayor sea el número de preguntas consideradas. Es por esto que al someter al análisis de fiabilidad a cada una de las cinco dimensiones, los coeficientes suelen dar debajo de 0.8, lo cual los hace ver como que no son suficientemente válidos, donde ya se ve la validez es cuando se consideran en forma global las 21 preguntas.

Alpha estima el límite inferior del coeficiente de fiabilidad y se expresa como:

Ecuación 1: Alpha de Cronbach

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_{sum}^2} \right)$$

Donde k es el número de ítems de la prueba, S_{2i} es la variancia de los ítems y S_{2sum} es la variancia de la prueba total. El coeficiente mide la fiabilidad de la prueba en función de dos términos: el número de ítems (o longitud de la prueba) y la proporción de la variancia total de la prueba debida a la covarianza entre sus partes (ítems). Ello significa que la fiabilidad depende de la longitud de la prueba y de la covarianza entre sus ítems.

Resultados

Fiabilidad del instrumento

Al realizar el análisis de fiabilidad del instrumento, utilizando 228 sujetos encuestados, se encontró que en forma global es de 0.976, lo cual representa un nivel muy bueno (tabla 1). También se determinó el alfa para cada variable, resultando valores superiores a 0.9, lo que indica que la fiabilidad por ítem es alta (tabla 2). Por último, se hizo el análisis por dimensión, presentando valores arriba de 0.9.

Tabla 2. Alfa de Cronbach global del instrumento		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.976	.977	22

Tabla 3. Alfa de Cronbach por ítem					
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
ET-1	81.15	355.634	.715	.794	.976
ET-2	81.00	357.529	.716	.781	.976
ET-3	80.79	353.918	.823	.723	.975
ET-4	80.92	357.324	.776	.655	.976
FI-5	80.85	355.329	.819	.719	.975
FI-6	80.76	351.204	.861	.803	.975
FI-7	80.70	355.586	.800	.744	.975
FI-8	80.70	355.276	.840	.779	.975
FI-9	80.71	355.720	.797	.765	.975
CR-10	80.76	355.248	.820	.741	.975
CR-11	80.86	354.127	.814	.716	.975
CR-12	80.67	353.490	.846	.791	.975
CR-13	80.86	355.140	.798	.701	.975
SE-14	80.73	356.772	.802	.746	.975
SE-15	80.67	353.534	.832	.806	.975
SE-16	80.62	354.616	.834	.800	.975
SE-17	80.77	354.540	.814	.737	.975
EM-18	80.90	357.365	.735	.673	.976
EM-19	80.79	357.460	.781	.671	.976
EM-20	80.95	357.618	.754	.713	.976
EM-21	80.75	356.682	.807	.739	.975
EM-22	80.79	355.083	.807	.741	.975

Tabla 4. Alfa de Cronbach por dimensión					

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
ET	15.7007	13.937	.788	.635	.938
FI	15.4200	13.812	.847	.736	.927
CR	15.5263	13.922	.897	.815	.918
SE	15.3893	13.775	.850	.760	.926
EM	15.5208	14.011	.831	.705	.930

Análisis de la calidad de los servicios

Al hacer el análisis de la calidad de los servicios se puede observar que todas las variables presentan al menos el 70% de satisfacción en los clientes. La variable ET-1, referente a la apariencia moderna de los equipos y la tecnología que se utiliza en los hoteles, fue evaluada más baja, con un nivel de satisfacción del 70%. La que obtuvo un porcentaje más alto fue la SE-16 (80.8%), referente a la amabilidad de los empleados (tabla 5). También se determinó la satisfacción de los clientes por dimensión, resultando que el nivel de satisfacción va de 73.7 a 80 por ciento, lo cual indica que falta mucho por hacer en cuanto a calidad de los servicios se refiere.

Se puede ver que la calidad de los servicios en los hoteles de Sonora en forma general va de regular a bueno, por lo que se puede mejorar mucho en esta área.

La dimensión que más baja fue evaluada es la referente a elementos tangibles, con un 73.7 por ciento de nivel de satisfacción, lo que indica que se puede mejorar mucho en las instalaciones físicas de los hoteles. La que mejor fue evaluada fue la de seguridad, lo que significa que los trabajadores y el hotel inspiran confianza en los clientes.

	N	Media		Porcentaje
	Estadístico	Estadístico	Error típico	Satisfacción
ET-1	228	3.50	.080	70.0
ET-2	228	3.65	.075	73.0
ET-3	228	3.86	.074	77.2
ET-4	228	3.73	.070	74.6
FI-5	228	3.81	.071	76.2
FI-6	228	3.89	.076	77.8
FI-7	228	3.96	.072	79.2
FI-8	228	3.95	.070	79.0
FI-9	228	3.94	.072	78.8
CR-10	228	3.89	.071	77.8
CR-11	228	3.79	.074	75.8
CR-12	228	3.98	.073	79.6
CR-13	228	3.79	.073	75.8
SE-14	228	3.93	.069	78.6
SE-15	228	3.98	.074	79.6
SE-16	228	4.04	.071	80.8
SE-17	228	3.89	.073	77.8
EM-18	228	3.75	.074	75.0
EM-19	228	3.86	.070	77.2
EM-20	228	3.71	.072	74.2
EM-21	228	3.90	.069	78.0
EM-22	228	3.86	.073	77.2
N válido (según lista)	228			

Tabla 6. Medias por dimensión y nivel satisfacción				
	N	Media		Porcentaje
	Estadístico	Estadístico	Error típico	Satisfacción
ET	228	3.6886	.07100	73.7
FI	228	3.9693	.06849	79.3
CR	228	3.8629	.06451	77.2
SE	228	4.0000	.06866	80.0
EM	228	3.8684	.06753	77.3
N válido (según lista)	228			

Conclusiones

Este estudio permitió conocer más sobre hoteles y específicamente sobre la calidad en los servicios que ofrece el sector hotelero de Sonora, detectando que existen fallas en cada una de las variables y en todas las dimensiones del constructo, lo cual se refleja en el nivel de calidad del servicio que dista mucho para alcanzar un nivel de excelencia, por lo que se ha visto la necesidad de implementar un plan de mejora en la calidad de los servicios.

En los hoteles micros se alcanza a visualizar la falta de sistemas de gestión de la calidad para mantener un nivel aceptable en la calidad de los servicios.

Referencia bibliográfica

- BARNEY, J. (1991): Firms resources and sustained competitive advance. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- CARRETERO H., Y PEREZ, C. (2005). Normas para la revisión y desarrollo de estudios instrumentales. *International Journal of clinical and Health Psychology, Asociación Española de Psicología Conductual*, 5(3), 521-551.
- CAETANO, A. Y GONZALO, N. (2003) Marketing en los servicios de educación modelos de percepción de calidad. Tesis Doctoral Universidad Complutense de Madrid.
- LAMBIN, J. (1995): Marketing estratégico, 3a.ed. Madrid: Mc Graw Hill.
- MERINO, C. & LAUTENSCHLAGER, G. (2003) Comparación estadística de la confiabilidad alfa de Cronbach: Aplicaciones en la medición educacional. *Revista de Psicología -Universidad de Chile*, 12(2), 129-139
- IMRIE, B. C., DURDEN, G.R., AND CADOGAN, J.W., 2000. Towards a conceptualization of service quality in the global market arena. *Advances in International Marketing. Supplement 1* 143-162.
- LOVELOCK, C. (1997). *Mercadotecnia de servicios*. Tercera Edición, Editorial Prentice Hall, México.
- PARASURAMAN, A., ZEITTHAML, V. A. & BERRY, L. L. (1985) A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(3), 40-50.
- MEJIAS, A. , REYES, O. Y MANEIRO, M. (2006), Calidad de los servicios en la educación superior mexicana: aplicación del SERVQUALING en Baja California, *Investigación y Ciencia*, 14(34), 36-41, Aguascalientes, México. Recuperado 05 de diciembre de 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/674/67403407.pdf>
- PARASURAMAN, A., ZEITTHAML, V. A. & BERRY, L. L. (1985) A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 40-50.
- REEVES, C.A. Y BEDNAR, D. A. (1994). Defining Quality: Alternatives and implications. *Academy of Management Review*, 19(3), 419-445.
- RUIZ-OLALLA, C. (2001): "Gestión de la calidad del servicio", [en línea] 5campus.com, Control de Gestión: <http://www.5campus.com/leccion/calidadserv>
- VEGA, R. (2012). Estrategias Tecnológicas que Fortalezcan la Orientación al Mercado en los hoteles del estado de Sonora. Tesis doctoral. Universidad Popular Autónoma de Puebla.

Anexos

Cuestionario para aplicar

Folio _____
Referencia _____

La Universidad de Sonora agradece su participación en este estudio cuyo objetivo fundamental es el de conocer el nivel de calidad de los servicios de las Organizaciones en Sonora, por lo que lo invitamos a colaborar contestando este instrumento. Así mismo nos permitimos garantizarle la confidencialidad de la información proporcionada.

Parte I. Perfil del ejecutivo

Instrucciones: Por favor marque la opción que se ajusta a sus características personales en cada una de las siguientes preguntas:

Género		Edad		Escolaridad	
Masculino		Menos de 25 años		Inferior a licenciatura	
Femenino		De 25 a 35 años		Licenciatura	
		De 35 a 45 años		Especialidad	
		Más de 45 años		Maestría	
		Especifique		Doctorado	
				Posdoctorado	

Años de experiencia a nivel ejecutivo		Antigüedad en la empresa actual		Puesto	
Menos de 5 años		Menos de 5 años			
De 6 a 10 años		De 6 a 10 años			
De 11 a 15 años		De 11 a 15 años			
Más de 15 años		Más de 15 años			
Especifique		Especifique			

Parte II. Perfil de la organización

Instrucciones: Por favor seleccione para cada una de las siguientes preguntas la opción que se ajusta a las características de su organización.

Origen del capital		Antigüedad de la empresa		Tamaño de la empresa	
Nacional		Menos de 5 años		Micro (0-10 empleados)	
Extranjero		De 6 a 10 años		Pequeña (11-50 empleados)	
Mixto		De 11 a 15 años		Mediana (51-100 empleados)	
		Más de 15 años			

Mercados que atiende		Posición en el mercado	
Local (una ciudad o zona metropolitana)		Débil	
Regional (varias ciudades o estados)		Sostenible	
Nacional (todo el país)		Fuerte	
Internacional		Dominante	

Parte III. Calidad de los servicios

De acuerdo con tu criterio califica la sección I, en una escala del 1 al 5, donde 1 es baja y 5 es alta, lo que percibiste (PERCEPCIÓN). Luego piensa en que tan importante es para ti el factor y calificalo encerrando en un círculo el número que corresponda:

Sección I. Percepciones para los clientes

Percepciones		Escala 1 a 5				
ET-1	Tiene equipos y tecnologías de apariencia moderna	1	2	3	4	5
ET-2	Sus instalaciones físicas son cómodas y visualmente atractivas	1	2	3	4	5
ET-3	Sus empleados tienen apariencia pulcra	1	2	3	4	5
ET-4	Los elementos materiales y la documentación relacionada con los servicios que ofrece el hotel son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
FI-5	Cuando el hotel promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple	1	2	3	4	5
FI-6	Cuando los clientes tienen un problema, los empleados del hotel muestran un sincero interés por solucionarlo.	1	2	3	4	5
FI-7	El hotel ofrece un buen servicio a la primera vez	1	2	3	4	5
FI-8	Presta el servicio en el tiempo acordado	1	2	3	4	5
FI-9	Mantiene sus registros sin errores	1	2	3	4	5
CR-10	Informa puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio	1	2	3	4	5
CR-11	Los empleados ofrecen un servicio razonablemente corto	1	2	3	4	5
CR-12	Los empleados del hotel están dispuestos a ayudar a los clientes	1	2	3	4	5
CR-13	Los empleados del hotel nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes	1	2	3	4	5
SE-14	Los empleados inspiran confianza a los clientes	1	2	3	4	5
SE-15	Se sintió seguro en sus transacciones con los empleados del hotel	1	2	3	4	5
SE-16	Los empleados del hotel fueron siempre amables	1	2	3	4	5
SE-17	Los empleados están capacitados para responder de forma adecuada las preguntas del cliente.	1	2	3	4	5
EM-18	El hotel ofrece servicios personalizados a sus clientes	1	2	3	4	5
EM-19	El hotel tiene horarios de operación convenientes a todos los clientes	1	2	3	4	5
EM-20	El hotel tiene empleados que den servicio personalizado a los clientes	1	2	3	4	5
EM-21	El hotel busca lo mejor para beneficiar los intereses de sus clientes	1	2	3	4	5
EM-22	Los empleados del hotel entienden las necesidades específicas de sus clientes	1	2	3	4	5

Sección II

En esta sección aparece una lista con 5 características de calidad del servicio hotelero. Nos gustaría conocer el nivel de importancia que le atribuyes a cada una de estas características.

Característica de calidad del servicio hotelero	
Estado del local, la funcionalidad del equipamiento y la apariencia de materiales impresos	
La capacidad del hotel para proveer servicio de confianza e informaciones correctas	
La voluntad del hotel para ayudar a los clientes de forma eficiente y rápida.	
El conocimiento y cortesía de todos los representantes del hotel (cajeros y personal administrativo)	
La atención personalizada dispensada a sus clientes	
Total	100

Sección III

Otros datos: Colocar una x en la línea correspondiente.

.. Cuál es tu edad?

Menor de 25 _____
Entre 25 y 35 _____
Entre 36 y 45 _____
Más de 45 _____

1. Género:

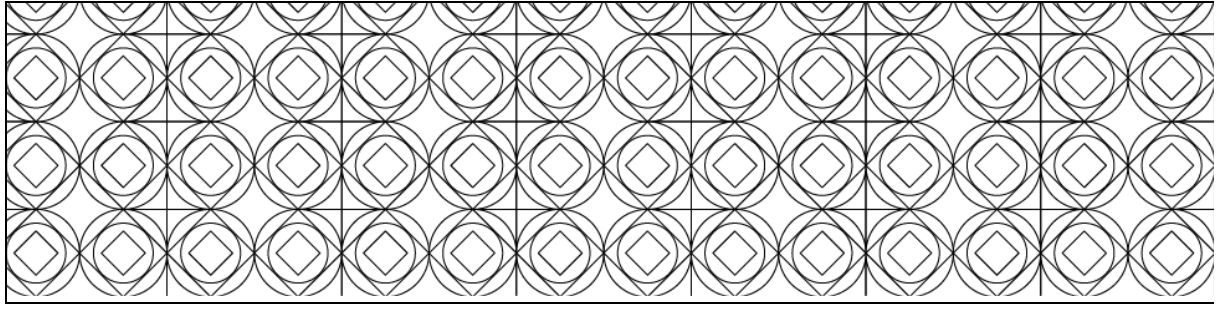
Mujer _____
Hombre _____

2. Cuál es tu nivel de estudios?

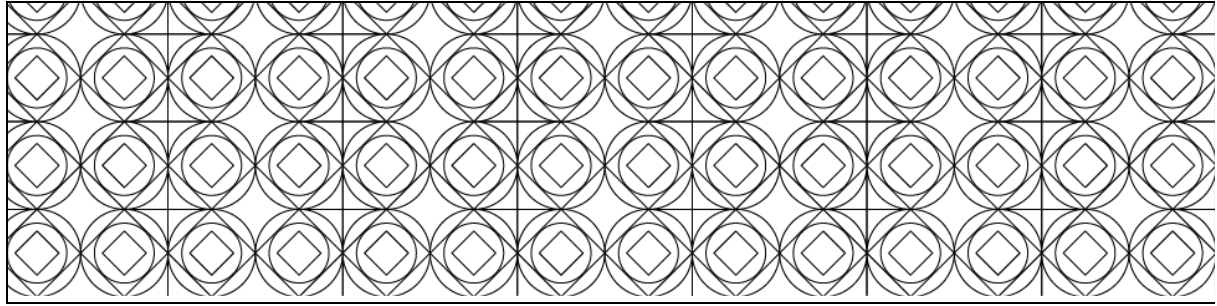
Inferior a licenciatura _____
Licenciatura _____
Maestría _____
Doctorado _____

3. Ocupación:

Empleado _____
Directivo _____
Negocio propio _____
Otro _____



Desarrollo sustentable y responsabilidad social



Hacia la determinación de la rentabilidad e impacto ambiental en la agricultura protegida

LUZ E. PADILLA BERNAL

ELIVIER REYES RIVAS

JOSÉ ROBERTO GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

Resumen

La agricultura en Zacatecas consume el 77% del agua extraída de los acuíferos, de los cuales 44% están sobreexplotados. Todos los sistemas de producción bajo agricultura protegida usan agua subterránea. En la agricultura protegida, además de los problemas de tipo ambiental que genera toda práctica agrícola, también se presentan problemas que pueden repercutir directamente en el ambiente y en la salud pública: residuos vegetales y sólidos, plásticos, sustratos y uso y abuso de agroquímicos. En este trabajo se presentan los avances de un proyecto de investigación cuyo objetivo es examinar el impacto ambiental en la rentabilidad de los sistemas de producción de tomate bajo agricultura protegida del estado de Zacatecas. El estudio se realiza como estudio de caso en cinco unidades de producción representativas de los sistemas de producción del estado. Las variables usadas en su selección fueron: estructura, control de clima, forma de cultivo y tamaño. El análisis se realiza en la situación actual y considerando dos escenarios: uno “no sustentable” y otro “sustentable”. Se aplicó la evaluación del costo total, determinando los indicadores de rentabilidad: valor actual neto, tasa interna de retorno y relación beneficio costo. La información se obtuvo a través de cuestionarios y entrevistas aplicados a técnicos o propietarios de las unidades de producción. También a través de proveedores de equipo e insumos agrícolas y constructores de sistemas de producción. Los resultados del trabajo ayudarían a motivar a propietarios de unidades de producción para la adopción de prácticas de producción orientadas a evitar la degradación ambiental.

Introducción

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, o Cumbre de la Tierra, celebrada en Río de Janeiro en 1992, alertó a la comunidad empresarial y social sobre ser más conscientes del logro de operaciones productivas sustentables y reducir el impacto en el medio ambiente (UNDESA, 1992). Esto implica tratar de lograr un balance del crecimiento y el progreso social con la protección al ambiente, considerando en el desarrollo de las actividades productivas el uso de los recursos naturales de forma responsable. Este desarrollo sustentable hace especial énfasis en la agricultura.

La agricultura es una de las actividades productivas que requieren mayor atención y cuidado en el uso de los recursos naturales en México, en especial en la región las Cuencas Centrales del Norte. En esta región hidrográfica, la cual provee agua al estado de Zacatecas, las precipitaciones pluviales son pequeñas implicando una disponibilidad natural media per cápita de agua menor a la media nacional (CNA, 2008; CNA, 2011), por lo que las fuentes de agua subterránea son básicas en todos los procesos productivos.

En Zacatecas, la principal fuente de agua para el desarrollo de las diferentes actividades de la población son 34 acuíferos, de los cuales el 44% se encuentran sobreexplotados (CNA, 2011). En

la región, la agricultura es una de las principales actividades económicas, ésta contribuye con un 11% al PIB estatal (INEGI, 2011). La agricultura de riego ocupa el 20% de la superficie cultivable, registrando altos consumos de agua causados por la sobreirrigación y el uso de sistemas de riego obsoletos (CNA, 2007; Mojarro et al., 2010). Al igual que en otros países del mundo en donde el clima es semiárido, el riego de los cultivos es el uso consuntivo más importante (Booker et al., 2012, 173).

La situación de sobreexplotación de los acuíferos provoca daños ambientales, tales como agotamiento de manantiales, intrusión de agua salada, merma del gasto base de ríos y hundimientos (Koundouri, 2004; Wada et al., 2010), incrementos en los costos de bombeo y una disminución en la calidad del agua (Echavarría-Cháirez et al., 2009; Padilla et al., 2012). Al contar con menos agua y mayor salinización de los suelos, se disminuye el rendimiento de los cultivos, lo que impacta en la baja sustentabilidad de los sistemas de producción. Bajo este esquema, la agricultura en el estado de Zacatecas, como principal usuario del recurso agua, se encuentra bajo presión para mejorar la eficiencia en su uso. De persistir la sobreexplotación de los acuíferos, se pone en riesgo su vida útil y con ello la continuidad de los procesos productivos de la región. La agricultura, por su alto consumo de agua y las altas pérdidas en su manejo, sería la primera actividad que se vería posiblemente restringida (Garbrecht et al., 2012; Hernández et al., 2012). Esta situación la obliga a transformarse en una actividad social, económica y ambientalmente sustentable.

La agricultura protegida en el estado de Zacatecas es uno de los subsectores que ha presentado una de las más altas tasas de crecimiento en los últimos años. La tasa media de crecimiento anual (TMCA) de la superficie cultivada, durante el periodo de 2000 a 2010, fue del 25% (Padilla-Bernal et al., 2010). En el 2010 esta superficie se estimaba en 272 hectáreas de las cuales el 65% se cultivó de tomate (SEDAGRO, 2010). En virtud del crecimiento que se ha observado en este sector, es muy probable que a la fecha esta superficie sea mayor. El concepto de agricultura protegida es aplicado a los sistemas de producción que realizan sus actividades bajo una cubierta con el fin de proteger al cultivo de los eventos climáticos. El rápido crecimiento de los sistemas de producción de agricultura protegida se atribuye en gran medida a las facilidades otorgadas por las autoridades gubernamentales para su construcción, quienes han visto en estos sistemas productivos una alternativa para coadyuvar al desarrollo rural.

Los productores de agricultura protegida para el riego de los cultivos extraen agua de los acuíferos. Esta modalidad de producción es intensiva y está orientada a obtener el más alto rendimiento, aislando al cultivo de las condiciones naturales y aplicando técnicas culturales y de climatización, especiales para obtener la máxima rentabilidad de la tierra (Castellanos y Borbón, 2009), implicando mejorar el uso de los recursos naturales agua y suelo. Estos sistemas de producción también requieren mayor inversión y costos de producción más elevados que los de campo abierto, lo que varía en función del nivel tecnológico aplicado, en donde las variables tipo de estructura (macro túnel, casa sombra, raspa y amagado, multitúnel, ente otros), control de clima (activo o pasivo) y forma de cultivo (suelo e hidroponía) son determinantes. Para que la inversión sea realmente atractiva se requieren mejores precios, por lo que consistencia en la calidad debe ser un atributo permanente en el producto. De igual forma, los directivos de las unidades de producción deben tener la capacidad de adquirir y aplicar el conocimiento productivo más rápido que los competidores, lograr ventajas competitivas sustentables basadas en los cambios tecnológicos, productivos y organizacionales.

En el desarrollo de la práctica agrícola los principales problemas de tipo ambiental que se generan son la afectación en la calidad del suelo, su degradación y posible salinización, sobre todo en donde el agua es un bien limitado. En la agricultura protegida, además de los problemas mencionados, se presentan problemas que pueden repercutir directamente en el medio ambiente y en la salud pública: residuos vegetales (parte del cultivo no aprovechado), residuos sólidos, plásticos (renovación del material de cubierta, tuberías de riego, contenedores, entre otros), sustratos (Stanghellini 2003; Ren, 2003; Russo y Scarascia, 2005) y el uso y abuso de agroquímicos (plaguicidas, herbicidas, insecticidas, fungicidas) (Hernández-Díaz, Chailloux-Laffita y Ojeda-Veloz, 2006). Bajo este contexto, se observa la importancia de determinar el impacto ambiental de los sistemas de producción bajo agricultura protegida en el estado de Zacatecas. Esto coadyuvará a la definición de políticas orientadas al ordenamiento del crecimiento de estos sistemas de producción en el estado, conjuntamente con la generación de normas que ayuden a la protección del ambiente.

Este proyecto de investigación responderá a las siguientes preguntas: ¿con la adopción de prácticas de producción sustentables, los sistemas de producción bajo agricultura protegida mantienen su rentabilidad? ¿Los productores de tomate de agricultura protegida conocen el

costo total de su proceso de producción, esto es, consideran los costos ambientales?

Objetivo

En este trabajo se presentan los avances de un proyecto de investigación cuyo objetivo es examinar el impacto ambiental en la rentabilidad de los sistemas de producción de tomate, bajo agricultura protegida, del estado de Zacatecas. El análisis se realiza como un estudio de caso por sistemas de producción representativo de los establecidos en el estado, presentando la situación actual más dos escenarios, uno denominado "no sustentable" y otro "sustentable", el cual considera la adopción de prácticas de producción sustentables. Dada la importancia que tiene el agua para la agricultura en el estado de Zacatecas, se hace énfasis en la adopción de prácticas que coadyuven a su conservación, las que podrían aminorar la degradación del ambiente y la baja en la productividad de los sistemas de producción. Se proporcionan elementos que coadyuven a la formulación de políticas para el desarrollo rural sustentable y de estrategias para el desarrollo de la competitividad de la cadena de valor.

Hipótesis de investigación

Con base en lo anterior se planteó la siguiente hipótesis: la adopción de prácticas de producción sustentables en los sistemas de producción bajo agricultura protegida les permite mantener una rentabilidad financiera mayor a la que se obtuviera al no adoptarlas.

Justificación

Con la identificación de algunos impactos económicos de la degradación ambiental causada por sistemas de producción de agricultura protegida en la producción de tomate, se pretende mejorar el entendimiento de los costos directos y los costos ambientales. La determinación de los costos totales de los sistemas de producción no reemplaza la información existente sobre los proyectos de capital y el desarrollo de prácticas para la estimación del costo de producción de los cultivos. La información que se obtenga fortalecerá los ejercicios de costeo ya elaborados, debido a la atención que se tiene en la identificación y determinación del impacto de los costos ambientales potencialmente ocultos.

Los resultados del proyecto serán de utilidad para investigadores en el área agrícola, evaluadores de proyectos de impacto ambiental, administradores y propietarios de las unidades de producción bajo agricultura protegida, así como diseñadores de políticas públicas y estrategias en el ámbito de los agronegocios.

Las fallas de mercado ambientales y los costos ambientales en la evaluación del costo total

Las fallas de mercado ambientales

Cuando el mecanismo de precios en el mercado no logra los resultados competitivos y un precio eficiente, se dice que hay una falla de mercado. La existencia de una falla de mercado genera justificación del Gobierno para intervenir a tratar de corregir la divergencia. De acuerdo con Pearson, Gotsch y Bahri (2003) los tipos más comunes de fallas de mercado son los monopolios, externalidades, degradación del ambiente e imperfecciones en el mercado de factores. El ambiente se refiere al uso de recursos físicos, tales como agua, aire y suelo. En el sector agrícola la mayoría de las fallas de mercado ambientales ocurre cuando los productores hacen uso excesivo de un recurso debido a que no tienen que pagar el costo completo de éste. Las fallas de mercado ambientales se pueden dividir en externalidades y degradación.

En el sector agrícola las externalidades ambientales negativas se caracterizan por involucrar el uso excesivo del suelo y agua. Éstas se generan cuando un productor o consumidor impone costos inmediatos en otras personas por los cuales no se le puede cobrar. Por otro lado, las externalidades positivas se generan cuando un productor o consumidor crea beneficios

inmediatos para otros, por los que no recibe compensación. Cuando ocurren externalidades negativas o positivas, el mercado falla al no incluir los costos o beneficios externos en los actores que los generan.

La falla de mercado denominada degradación ambiental se refiere al uso excesivo de los recursos físicos —suelo, agua, aire y bosques— por productores o consumidores. Este tipo de falla de mercado se caracteriza por imponer costos en todos los usuarios de los recursos naturales en el futuro, situación que incluye a los actores responsables de la degradación de los recursos base (Pearson, Gotsch y Bahri, 2003). Cuando los efectos negativos tardan muchos años en manifestarse en el ambiente, los productores suelen tener pocos incentivos para invertir en acciones de conservación para el futuro. Pero si los usuarios entienden el probable impacto futuro del uso excesivo de recursos, ellos podrán ser motivados para su conservación a través de acciones de política.

La degradación ambiental relacionada con la producción agrícola se puede reducir, en cierto grado, aplicando medidas de conservación (Anaya-Garduño, 2010) y prácticas agrícolas mejoradas. Los costos relacionados a estas medidas se reflejarán directamente por los gastos incurridos en el desarrollo de estas prácticas, o indirectamente a través de la pérdida de productividad asociada a las mismas. En cualquiera de los casos, los costos ambientales son absorbidos por el productor en ausencia de subsidios gubernamentales. De acuerdo con Kydd, Pearce y Stockbridge (1997), en la mayoría de los países los costos de la degradación ambiental no son internalizados, más bien son absorbidos por la sociedad como un todo.

Un sistema de producción es no sustentable si las prácticas agrícolas imponen externalidades negativas o crean degradación del ambiente. Los costos de producción agrícola en los sistemas no sustentables ignoran los impactos en otras personas de las externalidades negativas o la degradación en el largo plazo de la base de recursos naturales. En lo que se refiere a los sistemas de producción agrícola sustentables, se presentan cuando hay ausencia de fallas de mercado o, en su caso, también pueden ser sustentables si las políticas gubernamentales corrigen las externalidades negativas y la degradación de los recursos. Los costos de producción en los sistemas de producción sustentables son más completos porque incluyen los impactos inmediatos en los otros de las externalidades negativas y los gastos para contrarrestar la degradación a largo plazo de la base de recursos naturales.

La evaluación del costo total

A nivel de unidad de producción, la identificación de los costos ambientales causa el aumento de los costos de las organizaciones. Se han reportado casos en que inversiones ambientalmente responsables han generado retornos sobre la inversión negativos (Klassen y Angell, 1998). Determinar los costos ambientales requiere de la definición de las medidas apropiadas para incluir, por cada opción de inversión, los ahorros y beneficios ambientales de forma adecuada. Existen varias estructuras conceptuales para identificar los costos asociados con la polución y el desperdicio, tales como Life Cycle Assessment (LCA) (Bengt, 2005), contabilidad de costos ambientales (CCA), contabilidad de costos completos (CCC), evaluación del costo total (ECT) (Kennedy, 1998).

LCA requiere del manejo de mucha información y hay algunas dificultades en su implementación. Las estructuras CCA, CCC y ECT derivan de las mismas premisas que los sistemas de contabilidad necesitan para incorporar información ambiental. El uso de estas técnicas en las organizaciones ha sido limitado, aún hay falta de literatura sobre el tema (Curkovic y Sroufe, 2007), sobre todo en la aplicación en el sector agrícola.

White y Savage (1995) definen contabilidad ambiental como un término general para la identificación, compilación, análisis y reporte de la información ambiental dentro de la organización. Su aplicación se dirige fundamentalmente hacia la toma de decisiones relativas a inversiones en administración ambiental de la calidad total y el análisis financiero de estas inversiones. En general, la contabilidad ambiental incluye la contabilidad de materiales y la CCA. La información de la CCA traslada el impacto en la organización de los aspectos ambientales en medidas cuantificables que pueden ser usadas en un análisis costo/beneficio. Savage y White (1995) explican que una aplicación de la CCA es CCC, e incluye costos ambientales que se acumulan para identificar el impacto en terceras personas o en la sociedad como un todo. De acuerdo con Curkovic y Sroufe (2007), las organizaciones no están en la dirección de la determinación de la CCC. Los autores añaden que la mayor parte de éstas no tienen sus costos internos en orden, por lo que la externalización de los costos ambientales es una tarea compleja.

Sin embargo, señalan que una aplicación de la CCA con aplicaciones más realistas a evolucionado en el uso de la ECT. La técnica de la ECT considera sólo costos de la organización. A diferencia de CCC, la ECT no considera costos internos y externos, esto es los costos sociales (Curkovic y Sroufe, 2007).

De acuerdo con los estándares de contabilidad, las organizaciones consideran los costos no medibles o asignables directamente y los coloca en los gastos generales (Savage y White, 1995). Al hacerlo, los directivos no pueden reconocer ciertos costos como costos ambientales. La identificación de todos los costos y ahorros asociados con un programa de administración ambiental de la calidad total es el primer paso y más importante en la determinación del la ECT. Para identificar los costos ambientales los proponentes de la ECT, los clasifican en cuatro categorías (Curkovic y Sroufe, 2007): costos directos, costos ocultos, costos de pasivos contingentes y costos menos tangibles.

Los costos directos son aquellos que están directamente ligados al producto, proceso o servicio y se pueden identificar y cuantificar fácilmente (Constable, 1999; Laurin, Hayashi y Uchida, 2013). Estos se pueden encontrar en las fuentes de datos tradicionales que la mayoría de las organizaciones emplean: gastos de capital, instalación de equipo, materia prima, mano de obra y administración de residuos.

Los costos ocultos se encuentran regularmente en la categoría de los gastos generales, en este rubro se encuentran los costos en que incurre la organización para dar cumplimiento a las normas y reglamentos ambientales. Además se incluyen costos asociados con las prácticas de polución, tales como: notificación, reportes, monitoreo, pruebas, registros, capacitación, inspección (Laurin, Hayashi y Uchida, 2013)

Los costos de pasivos contingentes son costos usualmente asociados con pasivos, que resultan de la administración de residuos y materiales. En este concepto se encuentran costos asociados con accidentes, costos resultado de daños legales o personales. A diferencia de las otras categorías de costos, los costos de pasivos contingentes no son fáciles de obtener. Esos costos generalmente deben ser estimados. Muchas organizaciones se basan en experiencias pasadas o estudios con resultados de experiencias pasadas (Curkovic y Sroufe, 2007).

Los costos menos tangibles consideran los beneficios obtenidos por una imagen de la organización mejorada. Estos son los costos más subjetivos y controversiales de los discutidos anteriormente. Al igual que los costos de pasivos contingentes, estos son difíciles de obtener y problemáticos para estimar. Para medirlos, algunas organizaciones consideran el incremento en los ingresos o decremento en los gastos atribuidos a la mejora de la imagen corporativa. Estos costos pueden incluir el nivel de aceptación de los clientes y por la comunidad, así como la mejora en la imagen. En otro caso podría incluirse la baja aceptación del producto por parte de los consumidores, imagen corporativa negativa, entre otros conceptos.

La aplicación de la ECT en el sector agrícola cuenta con escasa literatura, por lo que esta línea de investigación se considera como una oportunidad para proveer información que coadyuve a identificar las fortalezas y debilidades en la identificación de los costos ambientales en los sistemas de producción agrícola.

Metodología

Evaluación del costo total en los sistemas de producción bajo agricultura protegida

A fin de examinar el impacto ambiental en la rentabilidad de los sistemas de producción de tomate bajo agricultura protegida, del estado de Zacatecas, se aplicó la metodología denominada Evaluación del Costo Total (ECT) (Laurin, Hayashi y Uchida, 2013). Esta metodología fue desarrollada por el Center for Waste Reduction Technologies (CWRT), del American Institute of Chemical Engineers (AIChE's), con la finalidad de cuantificar los costos del medio ambiente y de la salud atribuidos a la actividad industrial, además de apoyar la administración interna y la toma de decisiones (Constable, 1999). La ECT es un proceso integral para identificar, compilar y analizar costos ambientales y de la salud incurridos, evitados y ahorrados, así como para mitigar riesgos futuros y costos contingentes de procesos productivos, productos o lugares (Norris, 2000).

Para determinar el costo total de los sistemas de producción bajo agricultura protegida, se construyeron presupuestos considerando coeficientes técnicos, precios y ganancias por cada sistema seleccionado en situación actual y bajo dos escenarios: sustentable y no sustentable. Los presupuestos y flujos netos de efectivo se proyectaron a diez años en términos reales. El

nivel de rentabilidad se determinó a través de valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y la relación beneficio costo (RBC). En el cálculo del VAN se trajo a valor presente el flujo neto de efectivo (FNE), considerando un horizonte de la vida del proyecto de 10 años.

Determinar los costos de la degradación ambiental y tomar en cuenta algún beneficio de la adopción de prácticas de producción sustentables no es tarea fácil. La cantidad de datos requeridos es enorme, aunque el área a estudiar tenga condiciones climáticas, topográficas y físicas de producción bastante uniformes. En el caso de condiciones diversas, como es en la mayoría de los casos, obtener la información adecuada con algún grado de detalle es práctica y financieramente imposible. No obstante lo anterior, se puede llegar a una estimación gruesa que pueda servir para la toma de decisiones o formulación de política de algún producto (Kydd Pearce y Stockbridge, 1997; Pearson, Gotsch y Bahri, 2003). Así, en el caso del tomate bajo agricultura protegida, la degradación al ambiente se considera a través de la reducción en la productividad por la degradación ambiental atribuida al excesivo uso del agua subterránea.

Selección de los sistemas de producción y fuentes de información

Para la determinación de los sistemas de producción como objeto de estudio, se identificaron las variables estructura (multitúnel, raspa y amagado, casa sombra y macrotúnel), control de clima (activo y pasivo), técnica de cultivo (suelo e hidroponía) y tamaño (grande, mediano y chico) de las sistemas mayores de 2,500 m² que tuvieran como principal cultivo tomate. Esta información se obtuvo a través de un cuestionario aplicado a los técnicos o propietarios de 55 unidades de producción en el año 2010. Considerando la magnitud de la inversión por tipo de estructura, la superficie cubierta (cuadro 1) en cada una de éstas y el mercado donde venden su producto (nacional o internacional), se seleccionaron cinco sistemas de producción.

Tipo de estructura	Superficie (ha)	%
Multitúnel	43.10	19.30
Raspa y amagado	133.24	59.67
Casa sombra	30.47	13.64
Macrotúnel	16.50	7.39
Total	223.31	100.00

Fuente: Elaboración propia, con base en encuesta 2010.

La información sobre los coeficientes técnicos por sistema de producción estudiado, maquinaria y equipo auxiliar, prácticas de cultivo y protección al medio ambiente se obtuvo a través de un cuestionario que se aplicó a los técnicos de las unidades de producción seleccionadas durante los meses de febrero a abril de 2014. La unidad de análisis fue una hectárea del cultivo en el año agrícola 2013. Los coeficientes técnicos por sistema de producción están en proceso de ser validados por especialistas en el área, diferentes a los que proporcionaron la información. Los precios de los insumos comerciables se obtuvieron a través de los proveedores. La información sobre inversión en la estructura, sistema de calefacción, inversión en pozos y equipo de riego se determinó con cotizaciones de empresas constructoras y proveedores de equipo. La inversión en las cisternas para la captación de agua de lluvia se determinó de acuerdo con lo indicado por Anaya-Garduño (2010) y Brown, Gerston y Colley (2005), considerando la precipitación pluvial media registrada en el periodo 2002-2013 en las regiones donde se ubican los sistemas de producción estudiados. Información adicional sobre las prácticas de producción y protección al ambiente se recabó a través de una entrevista a los propietarios o técnicos de las unidades de producción, así como a través de observación directa en visitas a las agroempresas para las que se diseñó una guía de entrevista y una ficha de observación.

El precio del tomate se determinó tomando en cuenta el mercado destino: doméstico y/o internacional. Los precios se determinaron a nivel finca considerando los meses en que se comercializa el producto. Los precios de referencia se obtuvieron del Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados (SNIIM) y United States International Trade Commission (USITC), para los mercados nacional e internacional respectivamente.

Escenarios “no sustentable” y “sustentable”

El escenario denominado “no sustentable” se planteó considerando de la degradación ambiental por el excesivo uso del agua en el riego y la sobreexplotación de los acuíferos, lo que impactará en la productividad de los sistemas de producción. Se generaron los presupuestos, flujos netos de efectivo multianuales asumiendo un 2% de disminución en los rendimientos (Castellanos y Ojodeagua, 2009; Macías-Duarte et al., 2010) con un horizonte de 10 años. Se hicieron los ajustes al uso de jornales en cosecha y empaque y se consideró la inversión adicional en un pozo con 14 m más profundo (CNA- GODEZAC-UAZ, 2008). Por su parte, en el escenario denominado “sustentable”, se plantea la adopción de prácticas de producción sustentables (proyecto alternativo). En este escenario se asumen rendimientos de los sistemas de producción constantes en el tiempo (10 años). Se considera un menor uso de agua por planta, la cosecha de agua de lluvia en cisternas, el uso de sensores de humedad y equipo de recirculación del agua.

Resultados preliminares

En este apartado sólo se presentan las principales características de los sistemas de producción seleccionados para su estudio (cuadro 2), en donde el tomate es el producto que se cultiva. La información obtenida a través de los cuestionarios aplicados a los técnicos de las unidades de producción se encuentra en la fase de validación. De igual forma, la información obtenida a través de las guías de entrevista y las de observación se encuentra en proceso de captura para su interpretación.

De los cinco sistemas de producción seleccionados, cuatro cultivan tomate saladette y uno, bola. Los cuatro primeros comercializaron el 100% de su producto en el mercado nacional y la unidad de producción restante el 88% del tomate lo exporta y el 12% lo envía al mercado nacional. Los cinco sistemas se considera grandes, su superficie es superior a 10,000 m², aunque la información de referencia base se presentará para una hectárea. Cuatro de ellos cultivan el tomate en suelo y cuentan con clima pasivo, mientras que el otro cultiva su producto en hidroponía y el clima es activo, lo que le permite trabajar durante los meses de invierno.

Cuadro 2. Principales características de los sistemas de producción					
Características	Tipo de estructura				
	Macrotúnel	Casa sombra	Multitúnel	Rsapa y amagado	Multitúnel
Variedad de tomate	Saladette	Saladette	Saladette	Saladette	Bola racimo
Técnica de cultivo	Suelo	Suelo	Suelo	Suelo	Hidroponia
Control de clima	Pasivo	Pasivo	Pasivo	Pasivo	Activo
Tamaño	Grande	Grande	Grande	Grande	Grande
Periodo de producción	Junio-noviembre	Agosto-octubre	Junio-noviembre	Mayo-noviembre	Agosto-abril
Mercado	Nacional	Nacional	Nacional	Nacional	Nacional y EUA
Mercado destino nacional	Central de abasto de Iztapalapa, D. F.	Central de abasto de Iztapalapa, D. F.	Central de abasto de Iztapalapa, D. F.	Central de abasto de Iztapalapa, D. F.	Central de abasto de Aguascalientes
Días ciclo	220	135	240	260	330

Fuente: Elaboración propia, con base en datos obtenidos en el trabajo de campo (2014).

Conclusiones y contribución esperada

A través de este trabajo se presentan los avances de un proyecto de investigación en donde se examinará el impacto ambiental en la rentabilidad de los sistemas de producción de tomate bajo agricultura protegida del estado de Zacatecas, aplicando la metodología de la Evaluación del Costo Total (ECT). Para la selección de las unidades de producción sujetas a estudio se hizo uso de información obtenida a través de un cuestionario aplicado a 55 unidades de producción en el

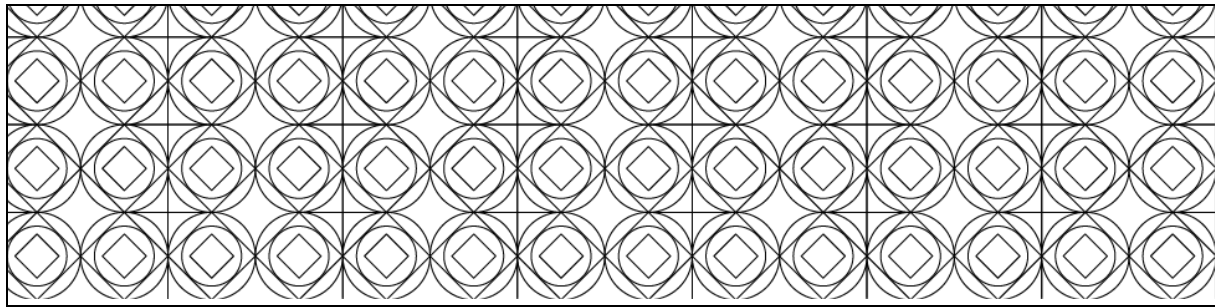
año 2010. En cuanto la información necesaria sobre el trabajo de los sistemas de producción, se obtuvo a través de un cuestionario a los técnicos de las unidades de producción. De igual forma, se hicieron entrevistas a los técnicos o propietarios de las unidades sobre las prácticas de producción y cuidado del ambiente, también se hizo uso de guías de observación.

En virtud de la importancia que la administración del agua subterránea tiene para el estado de Zacatecas, tanto para el desarrollo de los procesos productivos como para el uso urbano, en la evaluación del impacto ambiental se pondrá especial énfasis en la forma de riego aplicada y en la baja de la productividad por la degradación ambiental atribuida al excesivo uso de agua. También se considerará el manejo de residuos y uso de agroquímicos. Con los resultados del trabajo se motivará a los propietarios de las unidades de producción a la adopción de prácticas de producción orientadas a evitar la degradación ambiental, lo que podría coadyuvar a hacer uso más eficiente del agua en el riego agrícola y mejorar las prácticas de producción. Además, se proveerán elementos que apoyen la toma de decisiones y el diseño de políticas públicas para la preservación de los recursos naturales.

Referencia bibliográfica

- ANAYA-GARDUÑO, ML. (2010). Captación o cosecha de agua de lluvia diseño de sistemas de captación del agua de lluvia. En INDRHI. Aumento de la oferta hídrica. República Dominicana: INDRHI-CEHICA.
- BENGT, S. (2005). Environmental costs and benefits in life cycle costing. *Management of Environmental Quality*, 16, 107-118.
- BOOKER, J. F., HOWITT, R. E., MICHELSEN, A. M. Y YOUNG, R. A. (2012). Economics and the modeling of water resources and policies. *Natural Resources Modeling*, 25,168- 218, doi:10.1111/j.1939-7445.2011.00105.x.
- BROWN, C., GERSTON, J. Y COLLEY, S. (2005). The Texas manual on rainwater harvesting, 3rd ed. Texas Water Development Board. Austin, Texas: TWDB.
- CASTELLANOS, J. Z. Y BORBÓN M., C. (2009). Panorama de la horticultura protegida en México. In Castellanos, Javier Z. ed. *Manual de producción de tomate en invernadero*. México: Intagri.
- CASTELLANOS, J.Z. Y OJODEAGUA, J. L. (2009). Manejo de la fertirrigación del tomate en suelo. En Castellanos, J. Z. (Ed.). *Manual de producción de tomate en invernadero*. México: Intagri.
- CNA. COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA. (2007). *La gestión del agua en México avances y retos 2006*. México: Comisión Nacional del Agua.
- CNA. COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA. (2008). *Programa Nacional Hídrico*. México: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- CNA. COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA. (2011). *Estadísticas del agua en México*. México: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- CNA. COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA. GODEZAC 2004-2010. UAZ. (2008). *Plan hídrico de los acuíferos Aguanaval, Calera y Chupaderos en el estado de Zacatecas*. México: CNA-GODEZAC-UAZ.
- CONSTABLE, D. (1999). *Total cost assessment methodology*. USA: American Institute of Chemical Engineers' Center for Waste Reduction Technologies.
- CURKOVIC, S. Y SROUFE, R. (2007). Total quality environmental management and total cost assessment: An exploratory study. *International Journal of Production Economics*, 105, 560-579.
- ECHAVARRÍA-CHÁIREZ, F.G., MEDINA-GARCÍA, G., RUMAYOR-RODRÍGUEZ, A., SERNA-PÉREZ, A., SALINAS-GONZÁLEZ, H. Y BUSTAMANTE-WILSON, J.G. (2009). Diagnóstico de los recursos naturales para la planeación de la intervención tecnológica y el ordenamiento ecológico. Libro Técnico no. 10. México: Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias.
- GARBRECHT, J., MOJARRO, F., ECHAVARRÍA-CHÁIREZ, F., BAUTISTA-CAPETILLO, C., BRAUER, D. Y STEINER, J. L. (2013). Sustainable utilization of the Calera aquifer, Zacatecas, México. *Applied Engineering in Agriculture*, 29, 67-75.
- HERNÁNDEZ DÍAZ, M.I., CHAILLOUX LAFFITA, M. Y OJEDA VELOZ, A. (2006). Cultivo protegido de las hortalizas. *Medio ambiente y sociedad. Temas de ciencia y tecnología*, 10, 25-31.
- HERNÁNDEZ, J. E., GOWDA:H., HOWELL, T.A., STEINER, J.L., MOJARRO, F., NÚÑEZ, E.P. Y ÁVILA, J.R. (2012). Modeling groundwater levels on the Calera aquifer region in Central México using Mod Flow. *Journal of Agricultural Science and Technology*, B 2, 52-61.
- INEGI. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (2011). *Sistema de cuentas nacionales de México. Producto Interno Bruto por entidad federativa, 2006-2010. Año base 2003*. México: INEGI.
- KENNEDY, M. L. (1998). Integrating total cost assessment with new management practices and

- mandates. *Environmental Quality management*, 7, 89-96.
- KLASSEN, R. D. Y ANGELL, L.C. (1998). An international comparison of environmental management in operations: The impact of manufacturing flexibility in the US and Germany. *Journal of Operations Management*, 16, 177-194.
- KOUNDOURI: (2004). Current issues in the economics of groundwater management. *Journal of Economic Surveys*, 18, 703-740.
- KYDD, J., PEARCE, R. Y STOCKBRIDGE, M. (1997). The economic analysis of commodity systems: extending the policy analysis matrix to account for environmental effects and transaction costs. *Agricultural Systems* 55, 323-345.
- LAURIN, L., HAYASHI, K. Y UCHIDA, S. (2013). The environmental and social impacts of biofuels production: Total Cost Assessment of biomass utilization trials in Japan. *Earthshift*. Por publicar. En línea: <http://www.earthshift.com/software/3Pillars>. Consultado en octubre 2013.
- MACÍAS-DUARTE, R., GRIJALVA-CONTRERAS, R.L. Y ROBLES-CONTRERAS, F. (2010). Efecto de tres volúmenes de agua en la productividad y calidad de tomate bola (*Lycopersicon esculentum*, Mill.) bajo condiciones de invernadero. *Biotecnia XII*, 11-9.
- MOJARRO, F., BAUTISTA, C. F, SANTANA, H., MEDINA, A. Y MARTÍNEZ, J. J. (2010). Diagnóstico y políticas de manejo para la sostenibilidad de 6 acuíferos en el estado. Informe de Investigación. Zacatecas: SAGARPA-SEDAGRO-UAZ.
- NORRIS, G. A. (2000). Integrating Economic Analysis into LCA. *Sylvatica*, Harvard University. North Berwick, ME, USA.
- PADILLA-BERNAL, L.E., AGUSTÍN F. RUMAYOR-RODRÍGUEZ, OSCAR PÉREZ-VEYNA, & ELIVIER (2010). Competitiveness of Zacatecas (México) protected agriculture: the fresh tomato industry. *International Food and Agribusiness Management Review* 13, 55-4.
- PADILLA-BERNAL, L.E., LARA-HERRERA, A., REYES-RIVAS, E. Y PEREZ-VEYNA, O. (2012). Competitiveness, efficiency and environmental impact of protected agriculture in Zacatecas, México. *International Food and Agribusiness Management Review*, 15, 49-64.
- PEARSON, S., GOTSCH, C. Y BAHRI, S. (2003). Applications of the policy analysis matrix in Indonesian agriculture. Indonesian Food policy Program. Consultado diciembre 2010. <http://www.stanford.edu/group/FRI/indonesia/index.html>.
- REN, X. (2003). Biodegradable plastics: a solution or a challenge? *Journal of Cleaner Production*, 11, 27-40.
- RUSSO, G. Y SCARASCIA MUGNOZZA, G. (2005). LCA methodology applied to various typology of greenhouses. *Acta Horticulture*, 691, 837-844.
- SEDAGRO. SECRETARÍA DE DESARROLLO AGROPECUARIO. (2010). Apoyo a construcción y equipamiento de invernaderos, con el Programa de Alianza para el Campo del 2000 al 2007. Subsecretaría de Agricultura. Zacatecas: SEDAGRO.
- SAVAGE, D. E. Y WHITE, A. L. (1995). New applications of total cost assessment. *Pollution Prevention Review*, 4, 7-15.
- STANGHELLINI, C., KEMPKES, F.L.K., Y KNIES: (2003). Enhancing environmental quality in agricultural systems. En: *Proceedings of the International Symposium on Managing Greenhouse Crops in Saline Environment*. Pardossi, A. Serra, G. y Tognoni, F. ISHS. *Acta Horticulturae*. Pisa, Italy.
- UNDESA. UNITED NATIONS ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT. (1992). Declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo. UN Department of Economic and Social Affairs. Division of Sustainable Development. En línea: http://www.un.org/esa/dsd/agenda21_spanish/res_riodecl.shtml. Consultado en abril 2012.
- WADA, Y., VAN BEEK, L., VAN KEMPEN, C., RECKMAN, J., VASAK, S., BIERKENS, M. (2010). Global depletion of groundwater resources. *Geophysical Research Letters*, 37, 1-5.
- WHITE, A.L. Y SAVAGE, D. E. (1995). Budgeting for environmental projects: A survey. *Management Accounting*, 3, 48-54.



La educación superior para la sustentabilidad: reflexiones sobre las necesidades de cambio, retos y adecuaciones en las instituciones de educación superior en México

AÍDA TERESA SEGOVIA PEÑÚÑURI

Introducción

La educación superior para el desarrollo sustentable es uno de los más grandes retos de este siglo. En el mundo, un considerable número de instituciones de educación superior (IES) están participando en el debate del contenido y significado de este concepto, y sobre cómo van a integrarlo en las políticas, la organización y sus actividades. Como es de suponerse nuestro país ha hecho intentos por incorporarse a esta dinámica, en la que el problema de cómo educar para la sustentabilidad a los futuros egresados se ha vuelto cada vez más una meta importante.

Globalmente se comparte el punto de vista de que el sector educativo, y en particular la educación superior (ES), juegan un papel clave en la preparación de la sociedad a la que sirve en la transición a una economía de uso de carbón bajo, y hacia estilos de vida y de producción más sustentables.

Las IES, tanto nacionales como internacionales, han llevado a cabo estas medidas en forma de acciones de diversa índole, como por ejemplo en la infraestructura, al incluirse en las nuevas construcciones sanitarios que ahorran agua, separación y reciclado de basura, tratamiento a desechos peligrosos como cartuchos para impresora, baterías eléctricas, etc. En nuestro país, en la mayoría de los casos, estos intentos se han efectuado de formas desarticuladas, sin una política conductora claramente establecida con estos propósitos, y porque aún no se cuenta con una estructura organizacional y administrativa ad hoc para este propósito, así como tampoco con estrategias y acciones que ayuden a establecer un ambiente estructuralmente sustentable en las IES donde los estudiantes aprendan, a través de vivir y experimentar los principios de la sustentabilidad, presentes en la conducta de directivos, administrativos, docentes, trabajadores, en los edificios, en los sistemas administrativos, en su organización y manejo, sus políticas educativas, sus contenidos curriculares, es decir, en cada aspecto que forma parte de sus comunidades de educación superior.

Esta breve reflexión sobre las necesidades de cambio, adecuaciones y retos que habrán de enfrentar la IES para lograr la transformaciones necesarias que exige un modelo de educación superior para la sustentabilidad, tiene por objetivo acercar algunos elementos a considerar sobre las situaciones a las que se ven enfrentadas las IES en sus intentos por adoptar el modelo educativo para la sustentabilidad, que aparece cobijada bajo la sombra de la globalización, y dirigida desde las organizaciones internacionales, con agendas comprometidas, no solamente con el ciudadano común, sino con los grandes intereses económicos, y sin dar tiempo a que los líderes universitarios revisen concienzudamente las posibilidades económicas, financieras, administrativas organizacionales que una tarea de la complejidad que representa la adopción del modelo de educación para la sustentabilidad requiere; consideraciones que de no tenerse presentes, en el caso de las universidades públicas como la nuestra, podría resultar contraproducente.

Cuando se estudia y se trabaja dentro de este tipo de educación, se adiestra en torno a

cuestiones que se consideran fundamentales para la protección de nuestro entorno natural y para lograr, así también, una mejor calidad de vida.

Antecedentes

Desde su inclusión como campo pedagógico en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, en Estocolmo, Suecia, en el año 1992, la sustentabilidad se ha visto inmersa en un complicado debate sobre el enfoque con que debe abordarse, así como las formas con las que debe incorporarse.

De muchas maneras se ha entendido la sustentabilidad. De hecho, aún no se tiene un concepto claro de lo que es, lo cual ha repercutido en las aproximaciones a la educación superior para la sustentabilidad (Leal, 2011).

Por lo anterior, coexisten junto con esta vertiente educativa otras que contribuyen, al menos de manera parcial, y que se previenen de incorporar problemas muy complejos que se relacionan con el ambiente, y con fuertes cargas en dimensiones como la cívica donde se da énfasis en la formación del ciudadano, o la dimensión política, o moral y ética, además de las dimensiones del desarrollo rural y, más recientemente, lo urbano.

Es por esta razón que la educación escolar en general, durante todo este tiempo, ha creído que con dar información de los procesos y dinámicas de la naturaleza y los problemas del medio, iban a surgir los comportamientos y actitudes sociales apropiadas para trascender a nuevas pautas culturales en relación con el ambiente.

A pesar de lo anteriormente señalado, las evaluaciones aplicadas en los países desarrollados demuestran que esto no ha tenido ninguno de los efectos esperados (Sterling, 2001; Lotz-Sisitka y Schudel, 2007).

En América Latina, en general, y en México, en particular, han aparecido propuestas diferentes que, mediante la recuperación de tradiciones regionales y locales, han buscado dar respuestas más cercanas a las necesidades y características de las poblaciones y los ecosistemas en que habitan mediante la incorporación del componente educativo en proyectos de desarrollo y de conservación de mayor alcance.

Los programas educativos impulsados por organismos internacionales han tratado de contribuir a ello a través de un sinnúmero de publicaciones que recuperan solamente las experiencias y perspectivas de países altamente industrializados y tecnificados, generando tensión en la constitución del campo de la educación ambiental, y al mismo tiempo gestando las condiciones que han retardado su consolidación dentro del conjunto de políticas educativas/ambientales.

En estas últimas dos décadas hemos sido testigos del surgimiento de la Educación para el Desarrollo Sustentable, también bajo el signo de la polémica, toda vez que se ha visto inmersa entre aquellos que la asumen como una estadía superior de la educación ambiental con potenciales contribuciones a la resolución de los problemas de hoy.

En el caso particular de las instituciones de educación superior, el tránsito hacia la sustentabilidad no ha sido fluido. La universidad pública principalmente enfrenta el reto de emprender, como en sus orígenes medievales, un profundo proceso transformador de dimensiones históricas, toda vez que al estar en crisis nuestro modo de vida, esta institución desempeña un papel de la más alta prioridad política, social y científica para reconfigurar el proyecto de civilización del que formamos parte.

El estilo de vida dominante que caracteriza el mundo moderno no es sustentable. La universidad (la pública, en particular), por su vocación de conocimiento, por su valor crítico y por la formación de profesionales, adquiere un significado especialmente relevante en este proceso.

Por ello, las instituciones de educación superior requieren de cambios profundos, ya que su organización y funcionamiento actual han sido herederas de los paradigmas que ella misma ayudó a construir: la razón y el hombre como centros del universo, del mundo objeto —aprehensible, conquistable, cognoscible—, de una concepción lineal de la historia como progreso, de un sujeto trascendente, de una noción de verdad objetiva y de una naturaleza vista como recurso. Así, la universidad actual —se dice— es más parte del problema que de la solución, pero sobra decir que a pesar de los esfuerzos y la actividad desplegada en este sentido, los logros han sido insuficientes. No obstante, ha habido una corriente de pensamiento y acción muy definida que se asumió desde mediados de la década de los ochenta con el Primer Seminario sobre Universidad y Medio Ambiente en América Latina y el Caribe (1985) y, muy

especialmente, a partir de la Declaración de Talloires (1990), que ha esclarecido las responsabilidades sociales y las funciones cívicas de las instituciones de educación superior, alentándolas a asumir el liderazgo en el tránsito hacia la sustentabilidad.

Esta declaración iniciada en una pequeña reunión de 22 universidades convocadas por la Universidad de Tufts, agrupa a una extensa red que en 2008 estaba integrada por 378 instituciones, de 50 países, en cinco continentes que han suscrito sus compromisos. A partir de ahí muchas otras reuniones han aportado en la misma dirección (González Gaudiano, 2007).

Como consecuencia de la Declaración de Talloires se formó la Association of University Leaders for a Sustainable Future y de la Declaración de Universidades para un Desarrollo Sostenible, emitida en 1993, durante la Conferencia de Rectores de Europa, surgió Copernicus (Cooperation Programme in Europe for Research on Nature and Industry Through Coordinated University Studies), que actualmente es un programa coordinado por una organización independiente cuyo objetivo es involucrar a universidades comprometidas con el ambiente para una formación interdisciplinaria bajo un marco de ética ambiental, así como para compartir conocimientos y experiencias en materia de desarrollo sustentable.

Tales avances han tenido manifestaciones concretas aunque tardías en México. En 2000, se formó el Consorcio Mexicano de Programas Ambientales Universitarios para el Desarrollo Sustentable (COMPLEXUS), compuesto por quince instituciones de educación superior y, en 2001, la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) puso en marcha el Plan de Acción para el Desarrollo Sustentable en las Instituciones de Educación Superior. Este plan se inscribe en las Líneas Estratégicas de Desarrollo, propuestas por esta asociación para el siglo XXI, y ha dado impulso al análisis, solución y prevención de los problemas ambientales, mediante acciones estratégicas de investigación, docencia y extensión, así como a la construcción de escenarios futuros del estado del ambiente y del desarrollo humano.

En esta línea, numerosas instituciones de educación superior en el país han emprendido procesos de cambio. Atendiendo a lo propuesto en la Declaración de Halifax, que señala a las universidades como lugares para impulsar y asegurar la práctica de la sostenibilidad, y como la responsable por la formación del futuro profesional que tendrá incorporada en su práctica y desarrollo profesional la formación para la sustentabilidad integrada, se les ha sugerido a las instituciones de educación superior integrar a su currícula y a sus sistemas de operación y de administración los principios de la sustentabilidad.

Desafortunadamente, la voluntad política no es suficiente para lograr esta meta, hacen falta, además de los recursos económicos para su materialización, la participación comprometida, constante y bien organizada de los agentes claves en la comunidad universitaria, que en el presente y con los recortes presupuestarios gubernamentales experimentados por la universidad pública en nuestro país, por ejemplo, al menos dificultan, si no es decir obstruyen, las posibilidades de hacer realidad una universidad sustentable. Es decir, aquellos miembros de la comunidad universitaria que pueden hacer posible el cumplimiento de este objetivo mediante su acción organizada metódicamente y de manera permanente y bien orquestada, tendrían que comprometerse seriamente a pesar de la realidad plagada de carencias en las que estamos inmersos.

En el discurso político, el ambiente y los otros temas que abarcan las sustentabilidad como meta se han transformado de temas marginales a temas centrales en el debate público y de la política gubernamental, pero ¿encontramos un fuerte interés en los diferentes actores universitarios como lo necesitamos en temas tales como el cambio climático, los recursos energéticos, el uso racional de la energía, el crecimiento de la población, la escasez del agua, la degradación del suelo, el incremento de los niveles de desigualdad, que puestos en conjunto, permiten apreciar que en la conciencia de la humanidad está la necesidad de que debemos vivir ejerciendo menor presión sobre el planeta? ¿encontramos el compromiso de estos actores al considerar de una forma más institucional las necesidades que habrán de ser satisfechas en las generaciones futuras con los recursos naturales que ahora y siempre debemos usar? Estas ideas están en el centro del concepto de sustentabilidad que ahora estamos compartiendo todos. Además se observa en la realidad que la ciudadanía sigue conservando su estilo de vida; no ha renunciado prácticamente a nada que represente una amenaza para el ambiente. Por su parte, las IES alrededor del mundo siguen también con las mismas prácticas poco amistosas con el ambiente y sigue siendo tan profunda la huella ecológica que produce hoy como la que producía hace veinte años atrás, quizá hasta mayor.

Es notorio que desde el punto de vista académico de la educación para el desarrollo sustentable (ESPDs), han avanzado los esfuerzos para colocar el tema de la sustentabilidad en la

médula de su actuar cotidiano, permitiendo la implementación de prácticas concretas de sustentabilidad en las IES, aunque a pesar de ello muy pocas han conseguido el éxito y alcanzado holísticamente esta meta. En la literatura revisada se encuentran numerosos ejemplos de fracaso cuando las universidades se han decidido por implementar, en una área en particular, la educación para la sustentabilidad, ya sea dirigida por los requerimientos del mercado, los beneficios económicos, las ventajas en la explotación de nichos, proyectándose como “universidades verdes”, como ha sido el caso de algunas instituciones educativas norteamericanas, canadienses o británicas, donde semejantes propuestas se han visto reducidas a la mera simulación, y se termina por despertar la suspicacia y la desconfianza de los consumidores de educación, incrementándose el riesgo de que las IES que adoptaron dichas prácticas terminen recibiendo el calificativo “greenwashing” (Caeiro, Sandra, et al; 2012).

Otras universidades le han apostado a una estrategia basada en los cambios curriculares para dar cabida a los campos emergentes de las ciencias para la sustentabilidad, —el cual sería nuestro caso—, sin antes haber realizado cambios en su administración u organización y operación, en sus formas de gobernanza y la participación en la formulación y toma de decisiones en el interior de sus comunidades, con lo cual queda claro que lo que se enseña en las aulas no es aplicado en la práctica cotidiana de la institución, provocando entonces la apatía e indiferencia de los profesores y estudiantes y por supuesto obteniendo los mismos escasos o nulos resultados que los casos expuestos anteriormente.

Pese a los fracasos señalados arriba, el desarrollo sustentable y la cuestión de cómo sobreponernos a los cambios locales y globales, se han discutido en los más altos niveles políticos internacionales, por ya más de cuatro décadas, y —para bien o para mal— el concepto de desarrollo sustentable ha sido globalmente aceptado como un concepto que nos guía en las formas como debemos entender las interacciones entre la sociedad y la naturaleza (UNCED, 1992).

Muchos académicos, mencionan el vasto impacto de las universidades en el DS y como es más importante que ningún otro sector en nuestras sociedades (Cortese, 1999, 2003; Orr, 2004), porque las universidades educan a las siguientes generaciones de tomadores de decisiones y porque influyen a los líderes (ibid., Lozano, 2006; Chambers, 2009). Sin embargo esta postura debería ser revisada cuidadosamente.

Debido al alto impacto social que se acepta que las IES pueden tener, son percibidas como multiplicadores por el hecho de diseminar los principios del DS, tanto en la práctica mediante sus formas de organización, administración, toma de decisiones, como en los contenidos curriculares y sus prácticas docentes y de investigación, como una obligación ética que es sistemáticamente integrada en la forma de pensar y de actuar de sus egresados (UNCED, 1992; Cortese, 1999; Van Weener, 2000; Sharp, 2002; Cortese, 2003; Hansen and Lehmann, 2006).

Pertinencia social de la educación para la sustentabilidad

Este campo de las universidades sustentables ha emergido en las últimas dos décadas como un campo nuevo e interdisciplinario en su intento por conducir el tratamiento, la acción y para atender los retos ya antes mencionados (Miller, 2013).

Dado que este campo de las universidades sustentables no solamente está relacionado e influencia a campos como el del contenido pedagógico, al discurso mismo de la sustentabilidad, el debate de los objetivos de aprendizaje y las competencias a desarrollar en relación con el cambio paradigmático del DS, afecta principalmente los campos de la administración, operación, organización, actitudes de los docentes, de los estudiantes, de los proveedores de bienes y servicios, de la cultura con la que se desenvuelve la actividad cotidiana en las IES, que nos hace entender a la universidad sustentable en un sentido muy amplio, que abarca temas de diversas dimensiones como los aspectos físicos, institucionales y educativos, que se han visto plasmados en una cantidad considerable de artículos en publicaciones académicas, como por ejemplo: *Journal of Cleaner Production* (Elsevier), *International Journal for Sustainability in Higher Education* (Emerald), *Journal of Education for Sustainable Development* (SAGE), *Sustainability Science* (Springer), *Higher Education Policy* (Palgrave) y otros más.

A nivel de las instituciones educativas, muchas declaraciones de compromisos se han firmado (Wright, 2002; Leal, 2011; Lozano et. al., 2013) y se ha producido un gran número de publicaciones. Sin embargo, a pesar de la experiencia generada y de los progresos ganados en este proceso de transición en algunas partes de la comunidad universitaria global, queda aún un largo camino para alcanzar un auténtico comportamiento de universidad sustentable, un cambio de paradigma, porque aun para las universidades, es difícil identificar la sustentabilidad (Wals,

2013). Aun aquellas instituciones con muchos años de experiencia en el campo de la sustentabilidad se encuentran atrapadas en situaciones donde no encuentran un camino cierto que los conduzca sin errores a la implementación de la sustentabilidad (Escrigas 2012; Raskin 2012; Lozano et al. 2013^a).

Es aún muy temprano para hablar de un cambio paradigmático efectivo, y en amplia escala. Desde la revisión de la literatura, se aprecia que las universidades no han terminado de entender completamente y de reconocer los alcances totales de los retos planteados por la sustentabilidad (Tilbury, 2012).

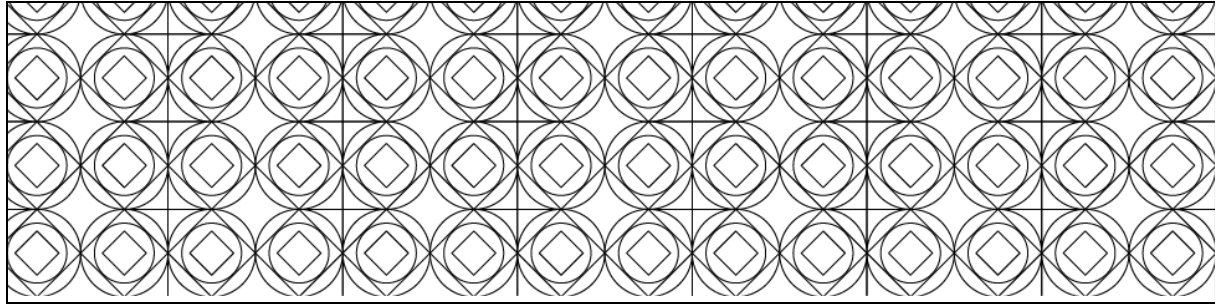
Conclusiones

El desempeño, así como la educación para la sustentabilidad y las ciencias que la acompañan, son campos académicos normativos que se relacionan y permanecen cercanos a las sociedades que los hospedan, por tanto, en las universidades como instituciones democráticas, estos campos constituyen un vehículo esencial para comportarse, probar, investigar y desarrollar las condiciones para un cambio auténticamente transformador, el cual desde la sustentabilidad, no nos espera a la vuelta de la esquina, sino que se presenta esquivo, nebuloso, incierto, difícil y confuso. Serán, sin duda, varias las generaciones con una gran capacidad de compromiso, las que tendrán que transcurrir antes de que la sustentabilidad, así como deseada se haga una realidad.

Referencia bibliográfica

- CAEIRO, DANDRA, LEAL FILHO, WALTER, CHARBEL JABBOUR Y AZEITEIRO, ULISSES M. (EDITORES) (2013). Sustainability Assessment Tools in Higher Education On Institutions: Mapping Trends and Good Practices Aroun the World. Springer. Switzerland.
- CHAMBERS, D. (2009). Assesing & planning for environmental sustainability. A framework for institutions of higher education. In L. F. Walter (Ed). Sustainability at Universities- Oportunities, Challenges and Trends. Frankfurt.
- CORTESE, A. D. (1999) Education for Sustainability. Second Nature consultado en <http://amper.ped.muni.cz/~miler/aktivty/Ecology/possum/humanpersp.pdf> (23 sept. 2013).
- (2003). The critical role of higher education in creating a sustainable future. Planning for higher education. Consultado el 02 de Noviembre del 2013 en http://www.aashe.org/documents/democraticculture/Declaration_EN.pdf.
- ESCRIGAS, C. (2012).Sustainability and knowledge in contemporary society. In GUNI (Ed.) Higher Education in the World 4. Higher Education´s Commitment to Sustainability: From Understanding to Action (Vol. 1: 25-28), GUNI series on social commintment of universities 4. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- GLOBAL UNIVERSITY NETWORK FOR INNOVATION (GUNI). (2012) Higher education in the. world 4. Higher education´s commitment to sustainability: From understanding to action. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- HANSEN, J. A. & LEHMANN, M. (2006). Agents of change: Universities as development hubs. Journal for Cleaner Production, 14 (9-11), 820-829.
- LEAL, F. W. (2011) About the role of universities and their contribution to sustainable development. Higher Education Policy, 24, 427-438.
- H. SCHUDEL F. (2007). How Many Declarations Do We Need? Inside the Drafting of the Bonn Declaration on Education for Sustainable Development. Journal of Education for Sustainable Development July/December 2009 vol. 3 no. 2 205-210. doi: 10.1177/097340820900300217
- LOZANO, R. (2006). Incorporation and institutionalization of SD into universities: Breaking through barriers to change. Journal of Cleaner Production 14(9-11), 787-796.
- LOZANO, R., LOZANO, F. J., MULDER, K. HUISINGH, D. & WAAS, T. (2013a). Advancing higher education for sustainable development: International insights and critical reflections. Journal of Cleaner Production, 48, 3-9.
- LOZANO, R. LUKMAN, R., LOZANO, F.J., HUISINGH, D. & LAMBRECHTS, W. (2013b). Declarations for sustainability in higher education: Becoming better leaders through addressing the university system. Journal for Cleaner Production, 48(0), 10-19.
- MILLER, T. R. (2013) Constructing sustainable science: Emerging perspectives and research trajectories. Sustainability Science, 8 (2), 279-293.

- ORR, D.W. (2004). *Earth in mind*. Washington: Island Press.
- RASKIN: D. (2012) Higher education in an unsettled century: Handmaiden or pathmaker? In GUNI (Ed.) *Higher Education in the World 4. Higher Education's Commitment to Sustainability: From Understanding to Action* (Vol. 1: 18-24), GUNI series on social commitment of universities 4. Hampshire: Palgrave Macmillan
- SCHWARZIN, L., WALS, A. W. & ATELJEVIC, I. (2012). Collaborative curriculum innovation as a key to spurring transformative higher education for sustainability. In GUNI (Ed.) *Higher Education in the World 4. Higher Education's Commitment to Sustainability: From Understanding to Action* (Vol. 1: 230-234), GUNI series on social commitment of universities 4. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- SHARP, L. (2002) Green campuses: the road from little victories to systematic transformation. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 3 (2), 128-145.
- STERLING, S (2001) *Sustainable Education-Re-Visioning Learning and Change*, Schumacher Society Briefing no. 6, Green Books, Dartington.
- TILBURY, D. (2012). Higher education for sustainability. A global review of commitment and progress. In GUNI (Ed.) *Higher Education in the World 4. Higher Education's Commitment to Sustainability: From Understanding to Action* (Vol. 1: 118-122), GUNI series on social commitment of universities 4. Hampshire: Palgrave Macmillan
- UNCED (1992). *Agenda 21, Ch 36: Promoting education and public awareness and training*: Rio de Janeiro: United Nations.
- VAN WEENEN, H. (2000). Toward a vision of a sustainable university. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 1(1), 20-34.
- WALS, A. E.J. (2013). Sustainability in higher education in the context of the UN: a view of learning and institutionalization processes. *Journal of Clean Production*. 33 (1) 1-8.



La incorporación de la perspectiva de género en las políticas públicas del medio ambiente y de desarrollo sustentable

LUZ MARÍA QUEVEDO MONJARÁS

LAURA ROMO ROJAS

ESTHER CASTAÑÓN NIETO

Resumen

En los últimos años se han realizado aportaciones muy significativas para la incorporación de la perspectiva de género en las políticas públicas a nivel global, por ejemplo, el reconocimiento a la participación de las mujeres en la preservación, dirección y utilización de los recursos naturales y el medio ambiente, su ayuda para establecer los principios que orientan a las políticas de los gobiernos del mundo para alcanzar el desarrollo sustentable, y además resultan esenciales para el desarrollo económico de cualquier sociedad. Es importante admitir que las naciones y la sociedad han reconocido y señalado que la equidad de género es primordial para alcanzar la sustentabilidad.

En este trabajo se realizó una aproximación sintética del tema, a través de un análisis teórico, partiendo de una perspectiva de género que considera que el cuidado del medio ambiente es, en gran medida, cuestión social y parte de la toma de decisiones que requieren una acción política para su solución.

Introducción

Se reconoce que la globalización de las economías trae consigo modificaciones en la ordenación ocupacional de los países, que repercute en la división por género del trabajo, en la generación de empleo, y en las maneras de uso y gestión de los recursos naturales. Para que se den estos cambios se requiere que la toma de decisiones se dé asumiendo las responsabilidades de manera igualitaria entre los hombres y las mujeres.

La igualdad de derechos y oportunidades entre las mujeres y los hombres es condición previa necesaria para el desarrollo sustentable. No incluir a hombres y mujeres por igual en el proceso de toma de decisiones puede traducirse en políticas que impactan directamente al manejo y aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente.

Por lo que el punto de partida consiste en evaluar las implicaciones que toda acción planeada tiene para uno y otro género. Si las necesidades, condiciones y experiencias ambientales de mujeres y hombres son distintas, estas diferencias deben reflejarse en el diseño, instrumentación, monitoreo y evaluación de políticas y programas para que las oportunidades de desarrollo y los beneficios sean parejos.

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es fomentar el desarrollo de políticas públicas en medio ambiente y desarrollo sustentable con la perspectiva de género, a través de la producción teórica para dar el impulso de políticas, el establecimiento de alianzas entre organizaciones empresariales nacionales e internacionales con los organismos locales, de manera que éstas permitan dar sustentabilidad, formalidad y continuidad para establecer las condiciones

necesarias para su implementación, las cuales, a través del accionar de sus instrumentos, permitan fomentar y apoyar propuestas concretas de mejoramiento en cuanto a la gestión ambiental.

El desarrollo de la interrelación género y políticas públicas del medio ambiente y el desarrollo sustentable

Sin lugar a dudas, nos encontramos ante un importante reto frente a la investigación, con una perspectiva de género de las políticas públicas del medio ambiente y de desarrollo sustentable, desde las ciencias sociales y económicas que permitan entender los patrones sociales, culturales y económicos, considerando que las acciones a instrumentar por instituciones gubernamentales y no gubernamentales forman parte de los procesos de producción y reproducción relacionados a la problemática ambiental de su hábitat.

En la actualidad, toda la sociedad reconoce que las posibilidades de acabar con la pobreza y alcanzar el desarrollo sustentable dependen de que se fortalezca la participación de la mujer en la sociedad, la economía y la vida política.

La conexión entre género y medio ambiente empiezan a plantearse en los años ochenta desde dos perspectivas distintas: el ecofeminismo como enfoque teórico y el análisis de las movilizaciones de mujeres ante problemas medioambientales concretos (Sabaté, 2000).

Los documentos de políticas como son los informes, las declaraciones, los planes de acción y plataformas, entre otros resultados de las distintas reuniones internacionales, han tenido un impacto a nivel mundial y local que refleja la evolución de las tendencias que van guiando el pensamiento y la acción, de los gobiernos, los organismos internacionales y de las organizaciones de la sociedad civil. Por lo que a continuación se presenta cronológicamente el desarrollo de la interrelación género y políticas públicas del medio ambiente, y el desarrollo sustentable de las diferentes reuniones a nivel internacional.

En primera instancia, el ecofeminismo se dispone como “un movimiento que teoriza las conexiones entre mujeres y naturaleza” (Sachs, 1994: 118); sin embargo y desde el principio, bajo el ecofeminismo se cobijan planteamientos diversos y plurales que han favorecido a la crítica interna y externa del tema, por lo que se ha impedido la expansión de esta corriente, que concede a los movimientos sociales de los años sesenta hasta fin del siglo: el feminismo y el ecologismo.

Algunas investigaciones se refieren a los países no occidentales como la India, y continentes como África y América Latina, donde se ha aportado una visión diferente, basada en la experiencia cotidiana de las mujeres en regiones no industrializadas, donde la reproducción social incluye también la producción de alimentos y las mujeres tienen un contacto directo con la naturaleza a través de la gestión cotidiana del agua, los suelos y los bosques para la supervivencia del grupo familiar (Sabaté, 2000).

El reconocimiento de las mujeres a través del aprendizaje de técnicas equilibradas y adecuadas para la gestión medio ambiental se hace extensivo a los conocimientos locales de las minorías, lo cual supone un giro radical en las políticas de desarrollo y en cómo son comprendidas desde los países industrializados.

Antecedentes de las políticas públicas en organismos internacionales

La Agenda 21. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CNUMAD), celebrada en Río de Janeiro, Brasil, en junio de 1992, fue una de las primeras en reconocer de forma explícita la necesidad de incluir a las mujeres en cualquier propuesta de desarrollo sostenible (Sabaté, 1999); ello fue sin duda el resultado de un trabajo muy bien elaborado con anterioridad (Conferencia de Miami, 1991), donde mujeres de todo el mundo se reunieron por primera vez para tratar temas referidos al medio ambiente (Braidotti, 1994). El documento final de Río reconoce expresamente que “las mujeres tienen un papel vital en la gestión medioambiental y en el desarrollo. Por tanto su participación plena es esencial para alcanzar un desarrollo sostenible” (UNIFEM, 1994).

Banco Mundial se suma a estas iniciativas, recomendando de forma expresa la inclusión de la perspectiva de género en todas las políticas de desarrollo, afirmando que “las mujeres en sí mismas son agentes de cambio porque juegan un papel clave en la configuración del bienestar para generaciones futuras. Las políticas públicas no pueden ser efectivas sin la participación de

las mujeres. Es necesario incorporar sus puntos de vistas en la formulación de las políticas” (World Bank, 1995).

En la conferencia de Beijing (1995) se redactó el III Plan de Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres, que dedica uno de sus once capítulos al área de medio ambiente, en el cual se fija como objetivo “fomentar la participación activa de las mujeres en los programas de medio ambiente” donde se establezcan una serie de actuaciones.

Plan de Acción de la FAO para la Mujer en el Desarrollo (1996-2001). A partir de la cumbre Mundial sobre la Alimentación (Roma, 1996), se realiza la planificación para hacer frente a la suficiencia alimentaria, dentro de la cual tiene un papel destacado el Plan de Acción para la Mujer, donde se da prioridad a la perspectiva de género, reconociendo la experiencia y aportación de las mujeres a la producción de alimentos para la subsistencia (Década de la Mujer de las Naciones Unidas, 1976). La planeación se realizó con el objetivo de lograr la integración de la mujer en los procesos económicos y sociales del desarrollo, de forma que la mujer pudiera conseguir igual oportunidad que el hombre en la educación, el trabajo y otras esferas públicas de la sociedad.

Y, también, el Consejo Mundial del Agua (2000), celebrado en la Haya, donde las mujeres fueron las protagonistas de la gestión del agua, en todas sus aplicaciones. Éstas sólo son algunas de las acciones que se han realizado a nivel mundial.

Una de las primeras conclusiones de lo anterior es el éxito relativo de las acciones llevadas a cabo por los movimientos de mujeres, lo que ha permitido que sus reivindicaciones sean recogidas en gran parte por las políticas públicas.

Perspectiva de las relaciones entre acción política pública, género y desarrollo sustentable

Se pone de manifiesto que se requiere implementar en cada uno de los lugares del mundo políticas públicas con una perspectiva de género en medio ambiente y desarrollo sustentable, con un enfoque social y económico.

El enfoque de género se orienta a la comprensión de las relaciones sociales que se desarrollan en una determinada sociedad y parte del principio de que las formas de participación, acceso y control generan relaciones de poder que se expresan en la toma de decisiones. Por ello, busca el “empoderamiento”¹⁴ de la mujer, es decir, fortalecer su posición social, económica y política (Lamas & Parada, 1993).

Las mujeres deben trabajar para mejorar el medio ambiente, y ser beneficiarias. Es decir, los proyectos de desarrollo sustentable deberán conseguir no sólo la sustentabilidad ambiental, sino también la igualdad social y de género (Vázquez, 1999).

En la actualidad surge esta construcción de “género, medio ambiente y desarrollo sustentable”, el cual se enlaza con el enfoque conocido como “género en el desarrollo” (GED). Desde esta corriente se considera a la construcción de género como uno de los agentes intermediarios de las relaciones entre las mujeres y los hombres con el medio ambiente.

La crisis ambiental ha desgastado la base ecológica del planeta, sustento de los procesos económicos, sociales y culturales de las sociedades actuales y que pone en riesgo la continuidad misma de la especie humana (Velásquez, 1997).

La protección, la conservación y el manejo del medio ambiente y los recursos naturales constituyen uno de los retos más importantes de la humanidad. La utilización de los recursos naturales y la intermediación del sector productivo, que a su vez pone a su servicio las tecnologías del momento, funcionan juntas como motor en los procesos de desarrollo. Este tipo de crecimiento basado en el componente industria se ha realizado a costa de los recursos naturales.

Implicaciones de la sociedad en las políticas del medio ambiente

Han sido varias iniciativas de la sociedad civil para mejorar las condiciones de vida respecto al medio ambiente y el desarrollo sustentable, como han sido los siguientes discursos: la Conferencia de Estocolmo sobre el Medio Ambiente Humano, que significó el primer gran acontecimiento con repercusión planetaria. Con el lema “Una sola Tierra”, conllevó la primera reunión a gran escala de estadista mundiales para discutir el futuro de nuestra especie y el hábitat donde se vive. También implicó la primera reunión de las ONG’s con más de 400

representantes que se congregaron en el foro sobre el medio ambiente, paralelo a la conferencia intergubernamental, un foro fomentado por Maurice Strong, y el gobierno sueco, oficialmente sancionado por el Secretariado de la ONU. Ambas actividades cumplían el compromiso fijado por la Resolución 2398 (1969) de la Asamblea General de la ONU, que había explicitado la necesidad de intensificar la acción en el ámbito nacional, regional e internacional para limitar el empobrecimiento del medio ambiente humano.

Por primera vez se tomó conciencia de la dimensión global de los problemas medioambientales, hecho al que también contribuyó el impacto del primer Informe en el Club de Roma, "Los límites del crecimiento" (Meadows, 1972). Este cambio se explica en buena parte para la creciente conciencia, entre las opiniones públicas y los gobiernos, de los problemas derivados de la contaminación en los países industrializados, como la demostración del carácter transfronterizo de la lluvia ácida.

Por otro lado, en la cumbre de Copenhague (1995) se aceptó la dimensión social del desarrollo, y era novedad que los objetivos del "desarrollo" tienen que alcanzarse a través de la participación de una variedad de actores como los gobiernos, las instituciones internacionales, empresas, organizaciones no gubernamentales y ciudadanas, donde se obligaba a los actores gubernamentales a dedicar al menos un 20% de de la ayuda oficial al desarrollo de los países donantes y un 20% de la inversión pública de los países receptores a los servicios sociales básicos, es decir, salud, planificación familiar, educación, nutrición y disponibilidad de agua.

Se puede decir que el desarrollo sostenible es el que permite mejorar las condiciones de la vida de las comunidades humanas respetando los límites de carga de los ecosistemas. Costanza (1991) señala que la sustentabilidad consiste en establecer una relación entre sistemas ecológicos que permitan al mismo tiempo la duración indefinida de la vida humana, la realización de los seres humanos y el desarrollo de las culturas, constriñendo los efectos de la actividad humana dentro de unos límites del sistema que está en la base de vida ecológica. El ecodesarrollo, al integrar las dimensiones social, ecológica y económica del desarrollo, y establecer una nueva jerarquización ente ellas, ofrece sugerencias para la gobernabilidad.

Los recientes Europe's Environment, en el informe Dobbris a la Comisión Europea (1994), y Sustainable America: A New Consensus for Prosperity, Opportunity, and a Healthy Environment for the Future (1996), permiten captar bien la evolución de la situación medioambiental en cuanto a los responsables de tomar las decisiones en los países. Ambos informes, desde planteamientos políticos coincidentes, analizan en clave ambiental las políticas de competitividad económica y cohesión social de la Comunidad Europea y el Gobierno de los Estados Unidos, respectivamente, y muestran que los temas ambientales son básicos para articular consensos políticos, algo que difícilmente podrían garantizar a las sociedades muy desarrolladas en aspectos meramente económicos o en muchos casos incluso sociales.

El contexto de las políticas públicas del medio ambiente y desarrollo sustentable en México

Hoy en día, en todos los foros nacionales e internacionales se manifiesta la necesidad de incorporar el enfoque de género en las políticas de desarrollo sustentable. La nueva gestión ambiental con equidad para el desarrollo sustentable exige una conciencia social de la problemática y los efectos de la degradación ecológica, distintos para hombres y mujeres, pues ambos corresponden a roles diferenciados en el manejo de los recursos naturales, que difiere su relación con el entorno.

Con respecto a los derechos políticos de las mujeres en México, después de ser incorporadas a los derechos sociales antes que a los derechos políticos, se puede decir que las mujeres tienen un estatus de ciudadanía que implica el derecho y el compromiso de participar en el debate público acerca de las prácticas y las leyes que nos regirán como comunidad. Esta nueva relación supone crear condiciones para superar rezagos, como condición estructural, la de dotar de capacidades y oportunidades mediante programas específicos y responsabilidad individual, y la de ejercer una práctica política asumiéndose como sujetos participativos de derechos y obligaciones (Barquet, 2005).

El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 reconoce que en México persisten grandes inequidades de género y que es preciso diseñar programas efectivos para que en todos los ámbitos y niveles se aplique la equidad y se contribuya a contrarrestar las desventajas que la población femenina sufre hasta nuestros días.

Sin embargo, apenas se están dando los primeros pasos de un proceso que será largo y, en

muchos casos, tortuoso. Por ahora, no se ha generalizado en la administración pública federal la inclusión de la equidad de género en la planeación de programas y proyectos, en los procedimientos, asignación de recursos, selección de personal y otras muchas decisiones del día con día.

Al diseñar programas de desarrollo e intervención es importante identificar género en la gestión ambiental. La línea de partida consiste en evaluar las implicaciones que toda acción planeada tiene para uno y otro género. Si las necesidades, condiciones y experiencias ambientales de mujeres y hombres son distintas, estas diferencias deben reflejarse en el diseño, instrumentación, monitoreo y evaluación de políticas y programas para que las oportunidades de desarrollo y los beneficios sean parejos.

La búsqueda de la equidad entre hombres y mujeres, con igualdad de oportunidades y de trato, se ha reflejado en:

- a. La Reforma a los artículos 1º y 4º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que prohíben la discriminación por razones de género y establecen la plena igualdad jurídica entre el hombre y la mujer, respectivamente.
- b. El establecimiento del Programa Nacional de la Mujer 1996-2000.
- c. La promulgación de la Ley del Instituto Nacional de las Mujeres (2001) y la creación del Instituto como órgano ejecutor.
- d. La presentación del Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación contra las Mujeres 2001-2006, instrumento normativo para todas las dependencias federales.
- e. El artículo 15 de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente señala que “las mujeres cumplen una importante función en la protección, preservación y aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y en el desarrollo” y que “su completa participación es esencial para lograr el desarrollo sustentable”.
- f. El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 que coloca el medio ambiente como prioridad y señala que se debe incorporar a grupos de interés específicos en la formulación de las políticas públicas que promuevan la sustentabilidad, partiendo siempre de un esquema de equidad entre hombres y mujeres.

Con lo anterior descrito, en México se han implementado políticas públicas con perspectiva de género del medio ambiente y desarrollo sustentable, sin embargo, falta mucho por hacer por parte de la sociedad civil y gubernamental para que realmente se respeten leyes con igualdad de género.

Conclusiones

Las acciones a nivel mundial no han sido suficientes para acabar con la pobreza y alcanzar el desarrollo sustentable deseado. Se requiere que se fortalezca la participación de la mujer en la sociedad, la economía y la vida política.

El desarrollo económico mundial requiere que todos los hombres y mujeres participen activamente en la toma de decisiones de las políticas públicas de igualdad de oportunidades y responsabilidades, en las leyes de su localidad, y de que ambos tengan acceso equitativo a los recursos naturales, a su uso, manejo y conservación, así como al disfrute de los beneficios que estos recursos generan.

En México parece ser que existen varios esfuerzos por permeabilizar la perspectiva de género en toda la sociedad. Para este largo camino que falta por recorrer para que se tome conciencia en la sociedad civil y se logre la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, se deben realizar acciones de manejo sustentable de los recursos naturales y conservación del medio ambiente, cambios no sólo de índole material, sino también de actitudes, creencias, prácticas y conductas de hombres y mujeres.

Por otro lado, el Gobierno deberá elaborar la estrategia de poner en marcha políticas, programas y acciones coordinadas de intervención ambiental desde la equidad, así como proyectos de desarrollo sustentable en beneficio de las mujeres y por ende de los hombres.

Es indudable que se han registrado avances en la incorporación de la perspectiva de género en la gestión ambiental, pero los sesgos institucionales y las consecuentes brechas entre hombres y mujeres aún son importantes. Por lo general, el género no se incluye todavía de manera explícita en la mayoría de las políticas públicas, programas y proyectos, entre otros. No suele ser un factor de análisis, y en la actualidad los responsables de decidir y formular políticas ambientales carecen de los conocimientos o las herramientas para considerar por qué y cómo

las diferencias en las relaciones y uso de los recursos entre hombres y mujeres son relevantes.

Es necesario distribuir equitativamente entre hombres y mujeres las responsabilidades, tanto económicas como de educación (democratizar las estructuras familiares), lo que implica revalorar la función social de la maternidad y la paternidad. Lograr que la igualdad de género forme parte de la manera de pensar y de vivir, este es el gran desafío que enfrentamos los mexicanos.

Referencia bibliográfica

- BANCO MUNDIAL. (1992). Desarrollo y medio ambiente. Informe sobre el desarrollo mundial. 1992. Nueva York. Oxford University Press.
- BANDARAGE, A. (1989). Women in development: liberalism, marxism and marxism-feminism. *Development and Change*. 15: 495-515.
- BARQUET, M. (2005). Teorías de Género. Breve actualización”, en *Contextura*, separat. León, México. Universidad Iberoamericana: 1-13.
- BENERÍA, L. & ROLDÁN, M. (1992). Las encrucijadas de clase y género. México. El Colegio de México. FCE/Economía Latinoamericana.
- BID-PNUD. (1991). Nuestra propia agenda. FCE, México,
- BOSERUP, E. (1970). *Women´s Role in Economic Development*. Nueva York. St. Martin´s Press.
- BRAIDOTTI, R., CHARKIEWICZ, E., HAUSLER, S. & WIERINGA, S. (1994). *Women, the environment and sustainable development. towards a theoretical synthesis*. Londres. ZED Books: 103.
- CEPAL. NACIONES UNIDAS. (1990). Transformación productiva con equidad. Santiago. La tarea prioritaria del desarrollo de América Latina y el Caribe en los 90. El desarrollo sustentable: transformación productiva, equidad y medio ambiente. ONU-CEPAL, Santiago, 1991.
- CEPAL. NACIONES UNIDAS. (2001). Desafíos y propuestas para la implementación más efectiva de instrumentos económicos en la gestión ambiental de América Latina y el Caribe. Proyecto: “Aplicación de Instrumentos Económicos a la Gestión Ambiental de América Latina y El Caribe”. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Santiago. Publicación de las Naciones Unidas. Recuperado de <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/0/14900/lcl2074e.pdf>
- COMISIÓN MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE Y DEL DESARROLLO. (1988). *Nuestro futuro común*. Informe Brundtland. Madrid. Alianza Editorial.
- COSTANZA, R. (1991). Driving forces increasing returns and ecological sustainability and ecological economics: the science and management of sustainability. Nueva York, EU. Columbia University Press: 75-87
- CUMBRE DE COPENHAGUE, D. & DE ACCIÓN: (1995). Cumbre Mundial para el Desarrollo Social, 6 al 12 de marzo de 1995.
- FONDO DE POBLACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS. FNUAP. (2001). La mujer y el medio ambiente. Huellas e hitos: Población y cambio del medio ambiente. El estado de la población mundial. Fondo de la Población de las Naciones Unidas: 37-40. Recuperado de <http://www.unfpa.org/public/>
- FREEMAN, R. B. (1992). La evolución de los países desarrollados en Riesga SM. *Economía y Trabajo*: 239 a 254.
- GRASA R. & ULIED, A. (2000). Diagnóstico y sostenibilidad en el Mediterráneo. Medio ambiente y gobernabilidad. *Icaria y Antrazyt-ICM*: 97-129.
- WORLD BANK (1995). *Toward Gender Equality: The Role of Public Policy*. The International Bank for Reconstruction and Development.
- KABEER, N. (1998). Realidades trastocas: las jerarquías de género en el pensamiento del desarrollo. México: PUEG, Instituto de Investigaciones Económicas/UNAM. Editorial Paidós.
- LAMAS, M. (1986). La antropología feminista y la categoría género. México. *Nueva antropología*, vol. 8, núm. 30.w
- MAX-NEEF MANFRED, A. ELIZALDE, M. H. (1993). *Desarrollo a escala humana*. Editorial Nordan Comunidad.
- MEADOWS, D. H., MEADOWS, D. L., RANDERS, J. & BEHRENS, W. W. (1972). *Los límites del crecimiento*. Distrito Federal, México. Fondo de Cultura Económica.
- MITCHELL, B. (1999). *Género y desarrollo: la gestión de los recursos y del medio ambiente*. México. Mundi Prensa: 203-221.
- MUJER Y MEDIO AMBIENTE EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. (1993). *Propuestas para la investigación*. Documento presentado en el Programa de estudios avanzados sobre desarrollo sustentable y medio ambiente, LEAD. México. El Colegio de México.

- ONESTIN, M. (1996). Género, ambiente y crisis económica en América Latina: género y ambiente en Latinoamérica. Cuernavaca. Centro Regional de Investigación de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM: 27-40.
- ONU-CDS. (1992). Informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo. UNCED, Agenda 21. Río de Janeiro. Organización de las Naciones Unidas. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/>
- PARADA, L. (1993). Estudios de género y feminismo II. México. UAM-Xochimilco.
- PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. (2001-2006). Diario Oficial de la Federación (30 de mayo de 2001). Recuperado de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=766335&fecha=30/05/2001.
- PROEQUIDAD. (2001). Equidad de género y medio ambiente. Instituto Nacional de las Mujeres.
- RANGEL DE PAIVA, A. (1995). Globalización, género y trabajo. En Todaro, R. & Rodríguez, R. El trabajo de las mujeres en el tiempo global. Santiago. Ediciones de las Mujeres, núm. 22, ISIS Internacional/Centro de Estudios de las Mujeres.
- RICO, M. N. (1998). Género, medio ambiente y sustentabilidad del desarrollo. Santiago. Mujer y desarrollo. Naciones Unidas.
- SABATÉ, A. (2000). Políticas públicas y género en zonas rurales. Lecturas Geográficas. Homenaje al Profesor José Estébanez Álvarez. Madrid, España. Editorial Complutense. I: 887-898.
- SABATÉ, A. (2000). Género, medio ambiente y acción política: un debate pendiente en la geografía actual. España. Anuales de Geografía de la Universidad Complutense. 20: 177-191.
- SACHS, C. (1994). Rural women's environmental activism in the USA. Whatmore, Marsden y Lowe (eds.). Gender and rurality. London. David Fulton Publishers: 117-135.
- TUÑÓN, E. (1999). "Mujeres de eucalipto: trabajo, empoderamiento y desarrollo sustentable: género, sustentabilidad y cambio social en el México rural. México. El Colegio de Postgraduados.
- UNITED NATIONS. (1994). Development fund for women UNIFEM. An easy reference to the specific recommendations on women. N. York. Agenda 21. 27 pp.
- URRUTIA, E. (2005). Estudios sobre las mujeres y las relaciones de género en México: aportes desde diversas disciplinas. México. El Colegio de México: 356-357
- VÁZQUEZ, V. (1999). Género sustentabilidad y cambio social en el México rural. México. El Colegio de Postgraduados.
- VELÁZQUEZ, M. (1992). Políticas sociales, transformación agraria y participación de las mujeres en el campo: 1920-1988. Cuernavaca. Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM.
- VILLARREAL, M. (1994). Wielding and yielding: power, subordinating and gender identity in the context of a mexican developmnt poryect. Tesis doctoral. Wageningen.
- YÁÑEZ, S. & TODARO, R. (1997). Globalización, reestructuración competitiva y empleo femenino en Chile: elementos para el debate. Santiago, Chile. Sobre mujeres y globalización. Centro de Estudios de la Mujer CEM.

Notas

¹⁴ Empoderar o empoderamiento viene de la palabra inglés empowerment, que se entiende como: 1) la adquisición de poder personal, incorporando el concepto de eficiencia misma y el desarrollo de capacidades y habilidades básicas; 2) la adquisición de poder social o la habilidad de influir en otros y 3) la adquisición de poder político o la capacidad de influir en la canalización de los recursos sociales y económicos (Nelson, 1994: 111).

Coordinación editorial
Sol Ortega Ruelas

Diseño y diagramación
Paola E. Vázquez Murillo

Corrección
Joaquín Peón

Gestión empresarial en las instituciones de educación superior para la calidad y la pertinencia
se terminó de editar en las oficinas de Editorial Universitaria,
José Bonifacio Andrada 2679, Col. Lomas de Guevara
44657, Guadalajara, Jalisco
Noviembre de 2016

En la formación de este libro se utilizaron las familias tipográficas Minion Pro, diseñada por Robert Slimbach y Ronnia, diseñada por Veronika Burian y José Scaglione.